

**PENGARUH POTENSI AGROWISATA DAN KONDISI LINGKUNGAN TERHADAP  
KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN**

**(Studi Kasus : Wisata Agro Jollong Kec. Gembong, Kab. Pati)**

**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1 Dalam Ekonomi Islam



Disusun Oleh :

**LIYAL ULYA**

**NIM : 1705026069**

**EKONOMI ISLAM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

**SEMARANG**

**2021**

## NOTA PEMBIMBING



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. DR. HAMKA (Kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang

Nomor :B-3422/Un.10.5/D.1/PP.00.9/09/2021

28 September 2021

Lamp. : -

H a l : Penunjukan menjadi Dosen  
Pembimbing Skripsi

Kepada Yth. :  
H. Khoirul Anwar, M.Ag.  
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Walisongo

Di Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan pengajuan proposal skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Liyal Ulya  
NIM : 1705026069  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Potensi Agrowisata dan Kondisi Lingkungan terhadap  
Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan ( Studi  
Kasus pada Wisata Agro Jollong Kec. Gembong, Kab. Pati )

Maka, kami mengharap kesediaan Saudara untuk menjadi Pembimbing I penulisan skripsi mahasiswa tersebut, dengan harapan:

1. Topik yang kami setuju masih perlu mendapat pengarahan Saudara terhadap judul, kerangka pembahasan dan penulisan.
2. Pembimbingan dilakukan secara menyeluruh sampai selesainya penulisan skripsi.

Untuk membantu tugas Saudara, maka bersama ini kami tunjuk sebagai Pembimbing II Saudara/I Nurudin, SE. MM

Demikian, atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



*Tembusan :*

1. Pembimbing II
2. Mahasiswa yang bersangkutan

## PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof DR. HAMKA (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691. Semarang

---

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : -  
Hal : Naskah Skripsi  
An. Sdri Liyal Ulya

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Walisongo

*Assalamualaikum Wr.Wb.*

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Liyal Ulya

NIM : 1705026069

Judul Skripsi : Pengaruh Potensi Agrowisata dan Kondisi Lingkungan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Kasus Wisata Agro Jollong Kec. Gembong Kab. Pati)

Dengan ini kami setuju dan mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamualaikum Wr.Wb.*

Semarang, 14 Oktober 2021

Pembimbing I,

**H. Khoirul Anwar, M.Ag.**  
**NIP. 19690420199603 1 002**

Pembimbing II,

**Nurudin, S.E., MM**  
**NIP. 19900523 201503 1 004**

## PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Prof. Hamka Km.02 Semarang Telp/Fax. (024)7 601291

## PENGESAHAN

Skripsi Saudari : Liyal Ulya  
NIM : 1705026069  
Judul : **Pengaruh Potensi Agrowisata dan Kondisi Lingkungan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Kasus : Wisata Agro Jollong, Kec. Gembong, Kab. Pati )**

Telah diujikan dalam sidang *munaqosah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal: **15 Oktober 2021**  
Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2020/2021.

Semarang, 15 Oktober 2021

Dewan Penguji

Ketua Sidang

**Prof. Dr. H. Mujiyono, M.A.**  
NIP.19590215 198503 1

Sekretaris Sidang

**Nurudin, S.E., M.M.**  
NIP. 19900523 201503 1 004

Penguji I

**Riska Wijayanti, M.H.**  
NIP. 19930408 201903 2019

Penguji II

**Zuhdan Adv Fafaron, S.T., M.M.**  
NIP.19891009 201503 1003

Pembimbing I

**H. Khoirul Anwar, M.Ag.**  
NIP. 19690420199603 1 002

Pembimbing II

**Nurudin, S.E., M.M.**  
NIP. 19900523 201503 1 004



## MOTTO

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ أَنْظِرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ  
الْمُكَذِّبِينَ ﴿١١﴾

Artinya: Katakanlah “Berjalanlah di muka bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu.” (Q.S. Al-An’am:11)

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah selalu kuucapkan sebagai wujud syukur atas rezeki dan karunia dan ridhonya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi atau tugas akhir ini. Sholawat dan juga salam senantiasa kita lantunkan untuk baginda Nabi Muhammad SAW semoga kita diakui sebagai ummatnya dan dipertemukan di Jannah-Nya Allah swt. Saya akan mempersembahkan hasil karya sederhana ini untuk:

1. Kedua orang tua saya Bapak Wastono dan Ibu saya Ibu Munatun yang tak pernah lupa untuk mendo'akan dan memberikan semangat baik material maupun spiritual. Semoga selalu diberikan kesehatan, kebahagiaan, keberkahan dan keberuntungan dalam hidup serta dilimpahkan rizki yang halal dan berkah oleh Allah SWT.
2. Kakak Indah Muti'ah, Adik Munawirul Abror dan M. Rifqy Irsyad serta semua keluarga besar yang selalu menjadi motivasi dan selalu menjadi penyemangat. Semoga kita selalu diselimuti kebahagiaan, keberuntungan dan masa depan kita cerah sehingga kita bisa mengangkat derajat keluarga kita. Aamiin...
3. Sahabat-sahabatku Naili Nafa, Atikah, Iffa, Rika, Yasinta, dan Devi yang selalu menjadi pendengar, penyemangat, serta motivator yang selalu ada kapanpun saya butuhkan.

Dan yang terakhir untuk semuanya yang telah hadir dalam hidup saya. Terimakasih sudah menjadi bagian dalam proses pembelajaran dalam hidup. Semoga kita selalu dalam lidungan-Nya.

## DEKLARASI

Dengan penuh tanggung jawab yang tinggi, penulis menyatakan bahwa karya ini adalah hasil dari pemikiran penulis yang sama sekali belum pernah dipublikasikan sebelumnya. Begitu juga ide, gagasan dan materi adalah hasil pemikiran penulis yang diambil dari berbagai referensi yang dibuat sebagai bahan rujukan pendukung penelitian. Dengan demikian skripsi ini tidak berisi pemikiran orang lain kecuali informasi yang dijadikan rujukan. Demikian deklarasi yang saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 14 Oktober 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Liyal Ulya', with a stylized flourish at the end.

Liyal Ulya

NIM. 1705026069

# PEDOMAN TRANSLITERASI

## PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB KE HURUF LATIN

Dalam skripsi, transliterasi adalah hal yang penting karena biasanya isi skripsi banyak nama orang, nama lembaga juga judul buku dan masih banyak yang lain yang menggunakan istilah arab kemudian disalin ke huruf latin. Agar konsistensinya terjamin maka ditetapkan suatu literasi sebagai berikut:

### A. Konsonan

ء = ‘	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ث = t	ش = sy	ل = l
د = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
ذ = d	ع = ‘	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

### B. Vokal

َ = a

ِ = i

ُ = u

### C. Diftong

أَي = ay

أَوْ = aw

### D. Syaddah ( - )

*Syaddah* dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطَّب = *althibb*

### E. Kata Sandang ( ال... )

Kata sandang ( ال... ) ditulis dengan al - ... misalnya الصَّنْعَة = *al- shina‘ah*.  
*Al-* ditulis huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

### F. Ta’ Marbutah ( ة )

Setiap *ta’ marbutah* ditulis dengan “h” misalnya المَغِيثَةُ الطَّبِيعِيَّة = *al- ma’isyah al-thabi’iyyah*.



## ABSTRAK

Dalam bidang pariwisata kepuasan adalah hal yang sangat penting. Karena untuk memberikan rasa puas pada wisatawan objek wisata harus mempunyai keunikan yang bisa menarik minat wisatawan dari segi objek maupun dari potensi yang nantinya akan memberikan suatu ciri khas terhadap tempat wisatawan tersebut dan juga kondisi lingkungan yang nantinya akan membuat wisatawan merasa nyaman. Dengan begitu ketika wisatawan merasa puas maka akan menimbulkan loyalitas para wisatawan. Sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden yaitu wisatawan yang sedang berkunjung di Wisata Agro Jollong. Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *probability sampling* yaitu dengan cara semua anggota populasi yang menjadi sampel diberikan peluang yang sama. Dan dalam penelitian ini data diambil dari penyebaran angket atau kuesioner kepada para wisatawan di Wisata Agro Jollong. Hasil olah data dalam penelitian ini yaitu secara parsial (uji t) persamaan pertama nilai signifikansinya sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwa potensi agrowisata terhadap kepuasan wisatawan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan. Pada variabel kondisi lingkungan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan wisatawan karena signifikansinya berjumlah  $0,281 > 0,05$ . Pada persamaan kedua pengaruh potensi agrowisata terhadap loyalitas wisatawan hasilnya berpengaruh negatif dan tidak signifikan dengan nilai signifikansinya sebanyak  $0,688 > 0,05$ . Untuk pengujian pada variabel kondisi lingkungan menghasilkan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  yang berarti ada pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Pada variabel kepuasan wisatawan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan dengan nilai signifikansi sebanyak  $0,000 < 0,05$ . Sedangkan untuk uji F atau pengujian secara simultan pada variabel potensi agrowisata dan kondisi lingkungan terhadap kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan, dengan jumlah signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Begitu pula dengan variabel potensi agrowisata, kondisi lingkungan dan kepuasan wisatawan juga berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap loyalitas wisatawan dengan hasil nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa potensi agrowisata dan kondisi lingkungan memiliki pengaruh terhadap loyalitas wisatawan dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening.

**Kata kunci :** Agrowisata, Lingkungan, Kepuasan, Loyalitas Wisatawan

## **ABSTRACT**

*In tourism, satisfaction is very important. Because to give satisfaction to visitors, attractions must have a uniqueness that can attract tourists in terms of objects and potential which will later give a characteristic to the tourist place and also environmental conditions that will make visitors feel comfortable. That way when visitors feel satisfied it will lead to loyalty of tourists. The samples taken in this study were 100 respondents, namely tourists who were visiting Jollong Agro Tourism. In this research, the method used is quantitative research method with probability sampling technique, that is, all members of the population who are the sample are given equal opportunities. And in this study the data were taken from the distribution of questionnaires or questionnaires to visitors at Jollong Agro Tourism. The results of data processing in this study are partially (t-test) the first equation, the significance value is  $0.000 < 0.05$ , which means that the agro-tourism potential on visitor satisfaction partially has a positive and significant effect. The environmental condition variable has a negative and insignificant effect on visitor satisfaction because the significance is  $0.281 > 0.05$ . In the second equation, the effect of agro-tourism potential on tourist loyalty has a negative and insignificant effect with a significance value of  $0.688 > 0.05$ . For testing on the environmental condition variable, it produces a significance value of  $0.001 < 0.05$ , which means that there is a positive and significant effect on tourist loyalty. The visitor satisfaction variable also has a positive and significant effect on tourist loyalty with a significance value of  $0.000 < 0.05$ . Meanwhile, for the F test or simultaneous testing of the potential variables of agro-tourism and environmental conditions on visitor satisfaction, it has a positive and significant effect, with a total significance of  $0.000 < 0.05$ . Likewise, the variables of agro-tourism potential, environmental conditions and visitor satisfaction also have a simultaneous or joint effect on tourist loyalty with a significance value of  $0.000 < 0.05$ . It can be concluded that agro-tourism potential and environmental conditions have an influence on tourist loyalty with visitor satisfaction as an intervening variable.*

**Keywords:** Agrotourism, Environment, Satisfaction, Tourist Loyalty

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah wa syukurillah alaa kulli ni'matillah. Skripsi dengan judul Pengaruh Potensi Agrowisata dan Kondisi Lingkungan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Kasus pada Wisata Agro Jollong Kec.Gembong Kab.Pati) tidak dapat diselesaikan penulis tanpa adanya kontribusi yang diberikan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada beberapa pihak yang berperan dalam penyusunan skripsi ini:

1. Prof. DR. H. Imam Taufiq, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Drs. H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak H. Khoirul Anwar, M.Ag. dan Bapak Nuruddin, S.E. MM. selaku dosen pembimbing I dan dosen pembimbing II yang selalu memberikan arahan, masukan dan juga bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Singgih Muheramtohad, S.Sos.I. MEI. Selaku dosen wali studi yang sudah memberikan arahan selama masa kuliah berlangsung.
6. Semua dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang berkenan berbagi ilmu pengetahuan dan pengalamannya.
7. Bapak Wastono, Ibu Munatun, Kakak dan adik serta semua keluarga besar yang selalu mendoakan dan selalu menjadi motivator dan penyemangat.
8. Staff PTPN IX, pengelola dan wisatawan di Wisata Agro Jollong yang telah mengijinkan penulis melakukan penelitian.

Semoga Allah SWT memberikan balasan dari apa yang sudah mereka berikan kepada penulis. Penulis sadar bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini karena keterbatasan pengetahuan dan juga pengalaman dari penulis. Oleh karena itu, penulis berharap adanya kritik dan saran yang bisa menjadikan lebih baik bagi semua pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua orang.

Semarang, 14 Oktober 2021



**Liyal Ulya**

**NIM. 1705026069**

## DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING .....	I
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	II
PENGESAHAN .....	III
MOTTO.....	IV
PERSEMBAHAN.....	V
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	VII
ABSTRAK .....	VIII
<i>ABSTRACT</i> .....	IX
KATA PENGANTAR .....	X
DAFTAR ISI .....	XI
DAFTAR TABEL.....	XIV
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	6
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	7
1.4 Sistematika Penulisan Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 Kerangka Teori.....	9
2.1.1 Pariwisata .....	9
2.1.2 Wisatawan .....	12
2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berwisata .....	14
2.1.3 Agrowisata .....	15
2.1.4 Lingkungan.....	22
2.1.5 Fiqih Lingkungan .....	24
2.1.6 Konsep Islam Tentang Pelestarian Lingkungan .....	26
2.1.7 Konsep Kepuasan Pelanggan atau Wisatawan .....	27
2.1.8 Konsep Kepuasan Konsumen dalam Ekonomi Islam.....	30
2.1.9 Loyalitas Wisatawan.....	32
2.2 Penelitian Terdahulu .....	35
2.3 Kerangka Berpikir.....	37
2.4 Hipotesis Penelitian .....	39
BAB III METODE PENELITIAN .....	35

3.1	Jenis dan Sumber Data.....	35
3.2	Populasi dan Sampel.....	36
3.2.1	Populasi.....	36
3.2.2	Sampel.....	36
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4	Variabel dan Indikator Penelitian.....	38
3.4.1	Variabel.....	38
3.4.2	Definisi Operasional dan Indikator Penelitian.....	38
3.5	Teknik Analisis Data.....	41
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	41
3.5.2	Uji Kualitas Data.....	41
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	41
3.5.4	Uji Hipotesis.....	43
3.5.5	Analisis Jalur.....	44
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		47
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
4.1.1	Deskripsi Tempat Penelitian.....	47
4.1.2	Gambaran Umum Responden.....	50
4.1.3	Analisis Statistik Deskriptif.....	52
4.2	Analisis Data.....	53
4.2.1	Uji Validitas.....	53
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	54
4.3	Uji Asumsi Klasik.....	54
4.3.1	Uji Normalitas.....	54
4.3.2	Uji Heteroskedastisitas.....	56
4.3.3	Uji Multikolinearitas.....	58
4.4	Uji Hipotesis.....	59
4.4.1	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	59
4.4.2	Uji F (Simultan).....	60
4.4.3	Uji t (Parsial).....	61
4.5	Analisis Jalur.....	63
BAB V PENUTUP.....		73
5.1	Kesimpulan.....	73
5.2	Saran.....	74
5.3	Penutup.....	74

DAFTAR PUSTAKA .....	75
LAMPIRAN .....	80
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	92

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Tahun 2016-2020 .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian .....	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur/Usia .....	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan Terakhir .....	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	51
Tabel 4.5 Hasil Statistik Deskriptif.....	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas .....	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas Persamaan 1 .....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Persamaan 2 .....	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan 1 .....	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan 2.....	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan 1 .....	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan 2.....	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan 1 .....	60
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan 2.....	60
Tabel 4.16 Hasil Uji F Persamaan 1 .....	61
Tabel 4.17 Hasil Uji F Persamaan 2 .....	61
Tabel 4.18 Hasil Uji t Persamaan 1 .....	62
Tabel 4.19 Hasil Uji t Persamaan 2 .....	63
Tabel 4.20 Hasil Coefficient Analisis Jalur Model 1.....	63
Tabel 4.21 Hasil Model Summary Analisis Jalur Model 1 .....	64
Tabel 4.22 Hasil Anova Analisis Jalur Model 1.....	65
Tabel 4.23 Hasil Coefficients Analisis Jalur Model 2 .....	65
Tabel 4.24 Hasil Model Summary Analisis Jalur Model 2 .....	65
Tabel 4. 25 Hasil Anova Analisis Jalur Model 2.....	66

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Surat Ijin Penelitian

Lampiran 3 : Tabel Tabulasi Responden

Lampiran 4 : Hasil Uji Reliabilitas dan Uji Validitas

Lampiran 5 : Gambar Wisata Agro Jollong



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan salah satu dari sektor pemerintah yang dapat membuat laju pertumbuhan ekonomi suatu negara menjadi lebih cepat. Karena dengan adanya pariwisata akan memperluas lapangan pekerjaan, menambah penghasilan masyarakat sekitar, standar hidup menjadi lebih baik, menambah pendapatan daerah, serta mempengaruhi perkembangan sektor-sektor produktif lainnya.<sup>1</sup>

Melalui sektor pariwisata, suatu negara atau suatu pemerintah bisa memperoleh pendapatan dari setiap objek wisata dimana suatu tempat obyek wisata itu berada. Selain itu, pariwisata juga merupakan kebutuhan bagi setiap individu. Karena dengan melakukan kegiatan pariwisata seorang individu dapat menghilangkan rasa bosan dan rasa jenuh dari kesibukan sehari-hari, dapat menambah kreatifitas, menemukan inspirasi baru, maupun menambah wawasan tentang sejarah dan budaya suatu etnik tertentu. Dengan meningkatnya pendapatan suatu individu dan tersedianya waktu senggang dari kesibukan hari kerja maka motivasi untuk melakukan kegiatan pariwisata akan semakin bertambah.<sup>2</sup>

Pada tahun 2018, pada Produk Domestik Bruto (PDB) sektor pariwisata memberikan kontribusi sebesar 5,25 %. Sementara pada devisa negara, sektor pariwisata memberikan kontribusi sebanyak Rp.229,5 triliun yang berarti meningkat sebesar 15,4 % per tahun. Dan berdasarkan kontribusi terhadap kesempatan kerja dari sekitar 10% total penduduk Indonesia yang bekerja sebesar 12,7 juta penduduk.<sup>3</sup>

Diantara semua sektor pemerintahan, pariwisata adalah sektor yang paling cepat menambah pertumbuhan ekonomi melalui biaya yang dikeluarkan oleh wisatawan mancanegara, menambah devisa yang diperlukan suatu negara yang bersangkutan untuk kepentingan impor barang modal maupun barang konsumsi.<sup>4</sup> Selain berperan besar dalam pertumbuhan ekonomi, sektor pariwisata diharapkan pula menjadi sektor yang berpeluang besar menjadi faktor pendorong perkembangan pada setor lain seperti pada sektor perdagangan, pertanian, perkebunan, perindustrian dan sektor lainnya. Sementara itu pada

---

<sup>1</sup>Tharra Amalia, *Pengaruh Lingkungan Fisik Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan di Museum Daerah Sang Nila Utama Kota Pekanbaru*, JOM Fekon, Vol.4, No.1 Februari 2017, hlm.1201

<sup>2</sup>Fatmawati Kalebos, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan yang Berkunjung ke Daerah Wisata Kepulauan*, Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol. 4, No.3, Edisi Khusus Pemasaran & Keuangan 2016, hlm. 490

<sup>3</sup>CNN Indonesia, *Menghitung Kontribusi Sektor Pariwisata Bagi Ekonomi RI*, diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200226121314-532-478265/menghitung-kontribusi-sektor-pariwisata-bagi-ekonomi-ri>, pada tanggal 10 Januari 2021 pukul 19.33

<sup>4</sup>Endang Retnoningsih, *Dampak Pengelolaan Wisata Agro Terhadap Kehidupan Sosial Dan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus: Kebun Teh Kaligua Desa Pandansari Kab Brebes Jawa Tengah)*, Jurnal Khasanah Ilmu Vol. Iv No. 1 Maret 2013, hlm. 14

sektor pertanian salah satu unsur yang belum terealisasi secara optimal adalah pada agrowisata.<sup>5</sup>

Agrowisata adalah salah satu jenis wisata yang objek wisatanya mengutamakan pemberdayaan usaha pertanian dan perpaduan antara kegiatan pertanian dan kegiatan pariwisata. Tidak hanya sebagai usaha pariwisata yang menawarkan jasa pemenuhan kebutuhan konsumen dengan cara menyuguhkan udara yang sejuk dan pemandangan yang indah, agrowisata berperan juga untuk sarana promosi dari produk hasil pertanian, sarana pendidikan bagi wisatawan, yaitu pendidikan mengenai kegiatan usaha di bidang pertanian dan juga pendidikan tentang pemeliharaan lingkungan. Sehingga nantinya akan memberikan peluang dan kesempatan yang besar untuk pengembangan penganekaragaman produk agribisnis.<sup>6</sup>

Penduduk di Pati, khususnya di Desa Sitiluhur sistem pengolahan pada bidang pertanian masih menggunakan sistem yang sederhana. Apabila kemajuan teknologi pada bidang pertanian disosialisasikan kepada penduduk dan petani setempat, maka petani akan menjadi mata pencaharian yang paling utama sehingga dapat meningkatkan pendapatan asli daerah melalui komoditas pertanian yaitu tanaman pangan, perkebunan, kehutanan, hortikultura, perikanan, perikanan dan peternakan dengan keragaman hayati serta keaslian alam yang mempunyai daya tarik tersendiri sebagai tempat wisata yang berbasis agro sangat berpeluang tinggi dalam memperbaiki kondisi perekonomian di Kota Pati.

Pengembangan agrowisata bagi daerah yang tanahnya subur dan pemandangan yang indah akan memberikan manfaat yang lebih besar apabila dibandingkan dengan mengembangkan pariwisata hanya dari objek dan daya tarik seni budaya. Selain menawarkan jasa dari objek dan daya tarik dari keindahan alam, manfaat lain yang didapatkan dari pengembangan agrowisata, yaitu bisa memetik dan menjual hasil dari budidaya tanaman agro, sehingga akan mendapatkan penghasilan dari sektor jasa dan juga penghasilan dari penjualan komoditas pertanian.<sup>7</sup>

Pati memiliki potensi besar untuk mengembangkan agrowisata karena kondisi alam hayatinya yang tersedia, kondisi tanah yang subur dan iklim udara yang sejuk. Hal tersebut sangat mendukung untuk membudidayakan berbagai komoditas pertanian dengan menerapkan sistem pengolahan lahan yang ramah lingkungan. Karena kondisi lingkungan

---

<sup>5</sup>Ireine Gratia Palit, Celcius Talumungan, Grace A.J. Rumagit, *Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Rurukan*, Jurnal Agri-SosioEkonomi Unsrat, Volume 13 Nomor 2A, Juli 2017 hlm. 22

<sup>6</sup>Vianda Kushardianti Muzha, Heru Ribawanto, Minto Hadi, *Pengembangan Agrowisata Dengan Pendekatan Community Based Tourism (Studi Pada Dinas Pariwisata Kota Batu Dan Kusuma Agrowisata Batu)*, Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol 1, No.3 hlm. 136

<sup>7</sup>Bambang Pamulardi, Tesis: *Pengembangan Agrowisata Berwawasan Lingkungan (Studi Kasus Desa Wisata Tingkir, Salatiga)*, Program Magister Ilmu Lingkungan Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang 2006, hlm. 14

merupakan faktor yang paling penting untuk menarik minat wisatawan. Sehingga kondisi lingkungan harus didayagunakan oleh pengelola wisata sehingga memberikan rasa nyaman, tentram, dan dapat memberikan dampak positif pada wisatawan yang nantinya akan memberikan kepuasan pada wisatawan yang berkunjung.<sup>8</sup>

Untuk menarik minat wisatawan yang berhubungan dengan kepuasan wisatawan, pengelola harus inovatif dan profesional dalam penanganan dan pengelolaannya. Dalam kegiatan pemasaran salah satu daya tarik dan keunggulan yang dijadikan sarana promosi produk wisata terdiri dari 3 bagian, yaitu keunikan atau ciri khas, kelengkapan fasilitas dan aksesibilitas yang mudah.<sup>9</sup>

Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara hasil yang diinginkan dengan apa yang diterima. Faktor yang diperlukan untuk membuat pelanggan merasa puas dengan apa yang diinginkan baik dari faktor internal maupun faktor eksternal adalah kualitas, baik kualitas layanan, *availability*, *performance*, *aesthetic* dan *durability*. Melalui transaksi antara penjual dan pembeli akan menimbulkan keinginan atau harapan yang tinggi bagi pembeli terhadap kualitas produk yang akan dikonsumsi. Penjual memahami keinginan-keinginan pembeli merupakan motivasi untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas produk, baik jasa ataupun barang. Pembeli akan membandingkan dengan produk maupun pelayanan di tempat lain, apabila keinginan-keinginannya terpenuhi, maka akan menjadikannya seorang pembeli menjadi loyal.<sup>10</sup>

Apabila seorang pembeli merasa puas terhadap produk barang atau jasa yang dibelinya, maka dia akan melakukan konsumsi kembali bahkan akan merekomendasikan kepada orang lain tentang suatu produk atau jasa yang mereka gunakan. Sebaliknya, bilamana tidak puas, pelanggan akan beralih ke penjual yang lainnya. Begitu juga dengan loyalitas wisatawan, apabila seorang wisatawan merasa puas terhadap tempat wisata yang mereka kunjungi, mereka akan melakukan kunjungan kembali dan merekomendasikan objek wisata kepada orang lain.<sup>11</sup>

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan kepada sebagian wisatawan terdapat sedikit rasa kurang puas terhadap pengelolaan potensi Agrowisata yang diharapkan akan

---

<sup>8</sup>Henry Sihombing, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Jakarta : Penerbit Kencana, 2004)

<sup>9</sup>Ajeng Fitri Nurlestari, *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor*, Jurnal Pariwisata, 2016, hlm.1

<sup>10</sup>Endang Sulistiyani, *Membangun Loyalitas Wisatawan Melalui Peningkatan Kualitas Obyek Wisata, Promosi dan Kepuasan Wisatawan di Kawasan Wisata Tawangmangu Karanganyar*, Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora Vol. 10 No. 3, Desember 2010, hlm.163

<sup>11</sup> Eny Sulistyowati, Sobirin Maliyan, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Wisatawan Nusantara Dengan Kepuasan Wisatawan Nusantara Sebagai Variabel Intervening*, Jurnal Maksipreneur, Vol. IV, No. 2, Des 2015, hlm. 28

menjadi potensi unggulan dan penarik minat wisatawan. Begitu pula dengan pelestarian lingkungan oleh pengelolanya dianggap kurang maksimal dalam mengelola dan merawat lingkungan. Sehingga dianggap tidak ada kesan yang unik dan tidak menimbulkan loyalitas wisatawan tersebut. Meskipun banyak juga yang merasa puas dengan penyajian dan pengelolaan Wisata Agro Jollong.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ajeng Fitri Nurlestari (2016) bahwa Kepuasan Wisatawan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan di Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor.<sup>12</sup> Dimana bahwa niat kunjungan ulang merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat loyalitas wisatawan.

Sedangkan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Eny Sulistyowati dan Sobirin Maliyan pada tahun 2015 bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh nyata dan positif terhadap loyalitas wisatawan.<sup>13</sup> Wisatawan yang loyal adalah wisatawan yang puas dengan produk atau jasa yang disajikan suatu tempat wisata sehingga seorang wisatawan mempunyai rasa antusias untuk merekomendasikan kepada orang yang mereka kenal bahkan berkunjung kembali lagi pada waktu dan kesempatan yang akan datang.

Indikator pengukuran loyalitas yaitu : mempunyai rasa ingin membeli lagi, pembeli tidak ingin beralih ke produk lain, merasa bahwa produk dan jasa yang dikonsumsi tersebut sesuai dengan yang diinginkan, ingin selamanya untuk tetap menggunakan produk tersebut, keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain.<sup>14</sup> Berikut adalah data jumlah wisatawan yang didapatkan dari pihak pengelola Wisata Agro Jollong dari tahun 2016 hingga tahun 2020:

Tabel 1.1

Jumlah wisatawan di Wisata Agro Jollong dan Persentase dari Tahun 2016-2020

No	Tahun	Jumlah Wisatawan	Persentase
1.	2016	75.834	-
2.	2017	102.244	34,8 %
3.	2018	216.912	112,2 %
4.	2019	276.894	27,7 %
5.	2020	125.377	-54,7 %

*Sumber : Hasil olah data primer, 2021*

<sup>12</sup> Ajeng Fitri Nurlestari, *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor*, Jurnal Pariwisata, 2016, hlm.8

<sup>13</sup> *Ibid.*, hlm.43

<sup>14</sup> Robert Bramson, *Customer Loyalty*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2005), hlm. 50

Berdasarkan hasil dari pengolahan data di atas, Wisata Agro Jollong pada tahun 2016 telah dikunjungi oleh wisatawan sejumlah 75.834. Mengalami kenaikan sebanyak 26.410 wisatawan pada tahun 2017, hal ini berarti pada tahun 2017 terjadi kenaikan wisatawan sebanyak 34,8% dari tahun 2016. Pada tahun 2018 juga mengalami kenaikan sebanyak 114.668 wisatawan atau sebesar 112,2% dari tahun 2017. Dan pada tahun 2019 juga mengalami kenaikan sebanyak 59.982 wisatawan atau mengalami kenaikan sebanyak 27,7 % dibandingkan dengan tahun 2018. Setelah beberapa tahun mengalami kenaikan secara terus menerus, pada tahun 2020 untuk pertama kalinya jumlah wisatawan di Wisata Agro Jollong mengalami penurunan yaitu sebesar 151.517 wisatawan atau sebesar -54,7% dibandingkan tahun 2019. Hal ini dikarenakan pada awal Maret 2020 wabah Covid-19 mulai masuk ke Indonesia sehingga pemerintah memberlakukan aturan *lock down* yang salah satu aturannya yaitu perintah untuk menutup semua fasilitas sosial termasuk tempat wisata. Dan Wisata Agro Jollong harus ditutup sementara. Total penutupan Wisata Agro Jollong yaitu sekitar 4 bulan yang dimana waktu tersebut melewati hari besar seperti hari Raya Idul Fitri dan Hari Raya Idul Adha yang biasanya pada hari-hari besar tersebut terjadi lonjakan wisatawan yang sangat drastis.

Kondisi geografis di kabupaten Pati yaitu berupa dataran rendah dan dataran tinggi. Di Desa Situluhur Kecamatan Gembong adalah satu daerah di Kabupaten Pati yang terletak di daerah dataran tinggi sehingga suasanaanya tenang, udaranya bersih, dan nyaman sehingga dapat *merefresh* pikiran dari kesibukan sehari-hari.

Menurut penelitian yang dilakukan Titik Handayani (2020) menggunakan metode analisis SWOT bahwa salah satu faktor *weakness* atau kelemahan yang terdapat dalam Wisata Agro Jollong adalah Objek Wisata Agro Jollong masih kurang pemeliharaan dari pengelola seperti ketika ada wisatawan masih ada sampah yang berserakan, baik itu sampah plastik bungkus makanan wisatawan ataupun sampah daun dari pohon- pohon di sekitar tempat wisata. Dan Wisata Agro Jollong tidak selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan. Wisata Agro Jollong hanya ramai dikunjungi oleh wisatawan pada waktu-waktu tertentu saja misalnya pada Hari Minggu, hari libur sekolah, liburan tahun baru, liburan hari raya dan pada hari libur lainnya.<sup>15</sup>

Selain itu, dalam faktor *threats* atau tantangan yang harus dihadapi oleh pengelola sekaligus hal yang harus diwaspadai adalah karena banyaknya tempat wisata yang ada di Kota Pati, terutama tempat wisata yang wilayahnya dekat dengan Wisata Agro Jollong menjadi ancaman bagi Wisata Agro Jollong. Wisata- wisata tersebut diantaranya adalah

---

<sup>15</sup> Titik Handayani, *Portofolio Analisis SWOT Agro Wisata Jollong*, Sekolah Tinggi Agama Islam Pati, 2020, hlm. 12

Hutan Pinus Gunung Sari, Waduk Seloromo dan Waduk Gunung Rowo. Keberadaan wisata - wisata tersebut menjadikan persaingan yang semakin ketat diantara usaha wisata yang ada di kabupaten Pati. Sehingga itu menjadi tantangan agar Wisata Agro Jollong dapat menjadi tempat wisata unggulan di Kota Pati dengan cara mengembangkan potensi agrowisata yang ada maupun ciri khas yang ada di Wisata Agro Jollong.<sup>16</sup>

Fenomena ini adalah salah satu tugas bagi pengelola dan manajemen untuk terus memaksimalkan pengelolaan, memanfaatkan dan mengembangkan potensi-potensi yang sudah ada sehingga bisa menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan memberikan kepuasan bagi wisatawan bahkan menimbulkan loyalitas dari wisatawan tersebut. Berdasarkan masalah dan latar belakang yang dipaparkan di atas, sehingga menarik minat penulis untuk melakukan penelitian dengan judul PENGARUH POTENSI AGROWISATA DAN KONDISI LINGKUNGAN TERHADAP KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN (Studi Kasus : Wisata Agro Jollong, Kec.Gembong, Kab.Pati)

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijabarkan diatas maka dapat diambil perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh potensi agrowisata terhadap kepuasan wisatawan?
2. Bagaimanakah pengaruh kondisi lingkungan terhadap kepuasan wisatawan?
3. Bagaimanakah pengaruh potensi agrowisata terhadap loyalitas wisatawan?
4. Bagaimanakah pengaruh kondisi lingkungan terhadap loyalitas wisatawan?
5. Bagaimanakah pengaruh kepuasan wisatawan terhadap loyalitas wisatawan?
6. Bagaimanakah pengaruh potensi agrowisata dan kondisi lingkungan terhadap loyalitas wisatawan melalui tingkat kepuasan wisatawan?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh potensi agrowisata terhadap kepuasan wisatawan.
2. Mengetahui pengaruh kondisi lingkungan terhadap kepuasan wisatawan.
3. Mengetahui pengaruh potensi agrowisata terhadap loyalitas wisatawan.

---

<sup>16</sup> Nurani, R. W. Roessali dan T. Ekowati, *Strategi Pengembangan Agrowisata Jollong di Kabupaten Pati* , Vol. 7 No. 2, September 2020, hlm 85-86.

4. Mengetahui pengaruh kondisi lingkungan terhadap loyalitas wisatawan.
5. Mengetahui pengaruh kepuasan wisatawan terhadap loyalitas wisatawan.
6. Mengetahui pengaruh potensi agrowisata dan kondisi lingkungan terhadap loyalitas wisatawan melalui tingkat kepuasan wisatawan

#### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini ada beberapa manfaat yang dapat diambil diantaranya :

1. Manfaat Teoritis
  - a. Bagi penulis, penelitian ini dapat digunakan sebagai media untuk melatih berpikir ilmiah, dengan berdasarkan pada disiplin ilmu yang diperoleh di bangku kuliah.
  - b. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan bagaimana cara memanfaatkan dan mengembangkan potensi yang tersedia di alam khususnya dalam industri pariwisata dan masalah yang dihadapi terutama tentang potensi agrowisata dan kondisi lingkungan dan pengaruhnya terhadap kepuasan wisatawan.
  - c. Bagi peneliti lain, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pedoman ilmu pengetahuan dan wawasan serta sebagai sumber referensi untuk penelitian yang akan dilakukan.

#### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pihak Wisata Agro Jollong,

Penelitian ini bisa dijadikan media dan pedoman dalam analisis perilaku wisatawan dan dapat digunakan sebagai masukan bagi pihak manajemen perusahaan dalam mengambil kebijakan dalam pengelolaan dan pengembangan potensi agrowisata yang tersedia serta pemeliharaan lingkungan yang berorientasi pada loyalitas wisatawan dan kepuasan wisatawan.

- b. Bagi UIN Walisongo Semarang

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas penelitian di UIN Walisongo Semarang. Serta menjadi dokumentasi yang dapat memberikan sumbangsih pemikiran untuk kemajuan UIN Walisongo Semarang.

#### 1.4 Sistematika Penulisan Penelitian

Dalam penelitian ini sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

#### **BAB I : Pendahuluan**

Bab ini memaparkan mengenai latar belakang permasalahan, rumusan permasalahan, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

**BAB II : Tinjauan Pustaka**

Bab ini terdiri dari kerangka teori, penelitian terdahulu kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

**BAB III : Metode Penelitian**

Bab ini berisi mengenai rancangan penelitian yaitu jenis dan pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel dan indikator penelitian, serta teknik analisis data.

**BAB IV : Analisis Data dan Pembahasan**

Bab ini berisi gambaran umum penelitian, proses pengujian, dan analisis data. Bab ini menjawab rumusan masalah atau sebagai pemecah masalah yang sudah dikemukakan oleh penulis (hipotesis)

**BAB V : Penutup**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran untuk lembaga terkait atau untuk peneliti lain.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Kerangka Teori

##### 2.1.1 Pariwisata

Pariwisata ialah hal yang dilakukan manusia dengan cara keluar dari tempat kediaman untuk berpindah sementara dengan tujuan keluar dari pekerjaan-pekerjaan rutin.<sup>17</sup> Pariwisata diambil dari bahasa Sansekerta. “*Pari*” yang artinya banyak, berputar-putar, berkali-kali atau lengkap. Sedangkan kata “*wisata*” berarti perjalanan atau bepergian. Kemudian dari dua suku kata yang digabung dan membentuk sebuah kata “*pariwisata*” dapat diterjemahkan sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat menuju tempat lain.<sup>18</sup>

Undang undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan Republik Indonesia mendefinisikan pariwisata adalah “*Berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.*”<sup>19</sup>

Para wisatawan yang berwisata membutuhkan ruang untuk beraktivitas. Menurut sudut pandang geografi, pariwisata adalah suatu hubungan gejala yang terjadi dari adanya kegiatan bepergian dan tinggalnya suatu individu atau sekelompok individu karena perjalanan dengan tujuan untuk berwisata. Perjalanan tersebut nantinya akan menimbulkan gejala keruangan yang dapat terjadi pada tingkat regional, nasional, maupun internasional.<sup>20</sup>

Pada dasarnya, kegiatan pariwisata terdiri dari tiga unsur, anatara lain:

- a. Manusia, yaitu sebagai unsur insani atau sebagai pelaku kegiatan pariwisata.
- b. Tempat, yaitu sebagai unsur fisik yaitu sebagai tempat berlangsungnya kegiatan pariwisata.

---

<sup>17</sup> Endang Retnoningsih, *Dampak Pengelolaan Wisata Agro Terhadap Kehidupan Sosial Dan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus: Kebun Teh Kaligua Desa Pandansari Kab Brebes Jawa Tengah)*, Jurnal Khasanah Ilmu Vol. IV No. 1 Maret 2013, hlm. 12

<sup>18</sup> Bambang Pamulardi, Tesis: *Pengembangan Agrowisata Berwawasan Lingkungan (Studi Kasus Desa Wisata Tingkir, Salatiga)*, Program Magister Ilmu Lingkungan Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang 2006, hlm. 20

<sup>19</sup> Sabda Elisa Priyanto. *Dampak Perkembangan Pariwisata Minat Khusus Snorkeling Terhadap Lingkungan: Kasus Destinasi Wisata Karimunjawa*, Jurnal Kepariwisataan Volume 10, Nomor 3, September 2016 : 13 – 28, hlm.14

<sup>20</sup> Pamulardi, *Pengembangan...*, hlm.21

- c. Waktu, yaitu sebagai unsur periode yang dilewati selama perjalanan dan selama berada ditempat wisata.

Secara general, faktor yang menjadi ciri khas pariwisata yaitu berhubungan dengan kegiatan yang bertujuan untuk bepergian yang sifatnya sementara, penggunaan dan pemanfaatan fasilitas, sarana wisata, dan yang terpenting adalah faktor kepuasan dan perasaan santai, nyaman dan tenang ketika berwisata. Meskipun kenikmatan dan kepuasan bukanlah faktor kepariwisataan yang mutlak (*sinequa non*) bagi individu yang berpariwisata bisnis (misalnya pelajar) tapi mereka juga tetap dikatakan sebagai wisatawan.<sup>21</sup>

Seorang individu melakukan perjalanan bertujuan untuk mendapatkan kepuasan dari berbagai macam keinginan. Selain untuk kepentingan individu, pariwisata juga bertujuan untuk kepentingan pengembangan dan perencanaan kepariwisataan itu sendiri, karena antara pariwisata yang satu dengan jenis pariwisata yang lain perlu dibedakan, sehingga macam-macam pariwisata yang dikembangkan akan terealisasi seperti apa yang diharapkan dari kepariwisataan itu sendiri.

- a. Menurut letak geografis, kegiatan pariwisata dibagi menjadi lima, diantaranya:

- 1) Pariwisata lokal (*local tourism*) adalah kegiatan kepariwisataan yang memiliki ruang lingkup terbatas dan lebih sempit pada tempat-tempat tertentu saja.
- 2) Pariwisata regional (*regional tourism*) adalah jenis kegiatan pariwisata yang dikembangkan dalam suatu wilayah tertentu, baik nasional dan maupun internasional.
- 3) Pariwisata nasional (*national tourism*) adalah kegiatan kepariwisataan yang dikembangkan dalam suatu wilayah negara yang pesertanya terdiri dari warga negaranya sendiri dan juga warga negara asing yang tinggal di negara tersebut.
- 4) Pariwisata regional-internasional adalah jenis kegiatan pariwisata yang dikembangkan pada suatu wilayah internasional yang melewati batas-batas negara lain.

---

<sup>21</sup> Isdarmanto, *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata* (Yogyakarta: Gerbang Media Aksara dan StiPrAm, 2017), hlm.13-14

- 5) Pariwisata internasional (*International tourism*) adalah jenis kegiatan pariwisata yang dikembangkan atau terdapat pada banyak negara di dunia.<sup>22</sup>
- b. Menurut alasan/tujuannya, kepariwisataan dibagi menjadi beberapa jenis, antara lain:
- 1) *Business Tourism* merupakan jenis pariwisata yang bertujuan untuk keperluan bisnis.
  - 2) *Vacational Tourism* merupakan jenis pariwisata yang bertujuan untuk memenuhi kepuasan berlibur dan lain-lain.
  - 3) *Educational Tourism* merupakan jenis pariwisata yang bertujuan untuk kepentingan edukasi atau menambah wawasan.
  - 4) *Familiarization Tourism* merupakan jenis perjalanan wisata anjungsana yang bertujuan untuk mengenal lebih dalam suatu bidang atau daerah yang berhubungan dengan pekerjaannya.
  - 5) *Scientific Tourism* merupakan jenis kegiatan wisata yang bertujuan untuk menambah pengetahuan atau untuk kepentingan penyelidikan pada suatu bidang ilmu pengetahuan.
  - 6) *Special Mission Tourism* merupakan suatu kegiatan wisata yang memiliki tujuan khusus, seperti untuk misi olahraga, kesenian, maupun misi lainnya.
  - 7) *Hunting Tourism* merupakan suatu perjalanan wisata yang bertujuan untuk melakukan perburuan binatang tertentu dan mendapat ijin dari penguasa setempat dan sebatas menjadi hiburan.
- c. Menurut waktu berlangsungnya, pariwisata dibedakan menjadi dua yaitu:
- 1) *Seasonal Tourism* adalah jenis pariwisata yang dilakukan hanya pada musim-musim tertentu. Contoh : *winter tourism*, *summer tourism*, dan lain-lain.
  - 2) *Occasional Tourism* adalah jenis pariwisata yang dilakukan secara bersamaan dengan suatu kejadian (*occasion*) atau suatu momen. Misalnya Sekaten di Yogyakarta, Nyepi di Bali, dan lain-lain.
- d. Menurut Objeknya pariwisata dibedakan menjadi beberapa macam, antara lain:

---

<sup>22</sup> I ketut Suwena, I Gusti Ngurah widyatmaja, *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata* (Denpasar : Pustaka Larasan dan Fakultas Pariwisata Universitas Udayana, 2017) hlm.19

- 1) *Cultural Tourism* merupakan jenis pariwisata yang dilakukan suatu individu karena adanya daya tarik dari seni dan budaya suatu tempat atau daerah yang akan dikunjungi.
  - 2) *Agri Tourism* merupakan jenis pariwisata yang dilakukan wisatawan karena adanya daya tarik untuk memperoleh pengetahuan pada bidang pertanian.
  - 3) *Recuperational tourism* merupakan jenis pariwisata yang dilakukan wisatawan untuk mencari obat atau menyembuhkan penyakit, seperti mandi di sumber air panas, terapi ikan, dan lain-lain.
  - 4) *Commercial Tourism* merupakan jenis pariwisata yang dilakukan wisatawan untuk kegiatan perdagangan nasional maupun internasional.
  - 5) *Sport Tourism* merupakan jenis pariwisata yang dilakukan untuk menonton pertandingan atau pesta olah raga di suatu tempat atau suatu negara.
  - 6) *Political Tourism* merupakan jenis pariwisata yang dilakukan untuk menyaksikan kegiatan suatu negara.
  - 7) *Social Tourism* merupakan jenis pariwisata yang diselenggarakan tidak untuk mencari keuntungan, misalnya *study tour*.
  - 8) *Religion Tourism* merupakan jenis pariwisata yang bertujuan untuk kepentingan keagamaan.
  - 9) *Marine Tourism* merupakan kegiatan wisata yang berhubungan dengan wahana air.
- e. Menurut jumlah orang yang melakukan wisata, antara lain:
- 1) *Individual Tourism* merupakan kegiatan wisata yang dilakukan oleh seorang wisatawan atau satu keluarga dalam lingkup kecil.
  - 2) *Family Group Tourism* merupakan suatu kegiatan wisata yang dilakukan oleh sekelompok keluarga besar atau orang yang masih mempunyai hubungan kekerabatan.
  - 3) *Group Tourism* merupakan jenis pariwisata yang dilakukan oleh sekelompok orang yang tergabung dalam suatu organisasi atau perkumpulan.<sup>23</sup>

### 2.1.2 Wisatawan

---

<sup>23</sup> *Ibid.*, hlm.20-21

Wisatawan merupakan setiap individu yang melakukan perjalanan untuk beberapa saat ke suatu tempat selain tempat tinggalnya, dengan alasan selain mencari pekerjaan.<sup>24</sup> Alasan perjalanannya adalah untuk berbagai kepentingan, baik untuk kepentingan ekonomi, agama, politik, kesehatan, sosial, budaya, maupun kepentingan lain seperti hanya karena ingin tahu atau menambah pengalaman.<sup>25</sup>

Menurut keinginan kunjungan wisatanya, tipologi wisatawan dibedakan menjadi 2 tipe wisatawan, antara lain:

- a. *Allocentric*, adalah tipe wisatawan yang lebih tertarik dengan tempat-tempat yang masih baru atau belum banyak dikenal masyarakat luas. Wisatawan tipe *allocentric* cenderung lebih puas berwisata di alam bebas. Karena alam dengan keaslian, keunikan, keindahan, dan pengalaman wisata menurutnya lebih nyaman dikunjungi.
- b. *Psychocentric*, merupakan tipe wisatawan yang ingin berwisata di tempat wisata dengan destinasi wisata yang sudah lengkap fasilitasnya, sesuai standar yang ada di daerah asalnya. Tipe *psychocentric* ini biasanya lebih suka melakukan perjalanan wisata dengan memanfaatkan jasa *tour and travel* yang sudah terpercaya.<sup>26</sup>

Secara umum, tipe wisatawan dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

- a. Wisatawan Domestik, merupakan penduduk yang melakukan kegiatan wisata ke daerah lain tapi masih di negaranya sendiri dengan tujuan tidak untuk mencari pekerjaan.
- b. Wisatawan Asing, yaitu seseorang yang melakukan kegiatan wisata ke negara lain dimana negara tersebut bukan negara tempat tinggalnya.
- c. *Domestic Foreign Tourist*, adalah orang asing yang bertempat tinggal di suatu negara dan melakukan kegiatan wisata di suatu negara dimana ia tinggal.
- d. *Indigenous Tourist*, merupakan warga negara tertentu yang menjalankan tugasnya ke negara lain kemudian pulang dan melakukan kegiatan wisata di negara asalnya
- e. *Transit Tourist*, merupakan wisatawan yang sedang melakukan perjalanan wisata ke negara lain dan terpaksa singgah pada suatu pelabuhan/airport/stasiun bukan atas keinginannya sendiri.

---

<sup>24</sup> Marpaung. *Pengetahuan Kepariwisata*. (Bandung: Alfabeta. 2002)

<sup>25</sup> Pamulardi, *Pengembangan...*, hlm.21

<sup>26</sup> Erlangga Brahmanto., dkk, *Strategi Pengembangan Kampung Batu Malakasari Sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus*, Jurnal Media Wisata, Volume 15, Nomor 2, November 2017, hlm. 591

- f. *Business Tourist*, adalah orang yang melakukan wisata setelah tujuan utamanya selesai.<sup>27</sup>

### 2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berwisata

Seseorang memutuskan untuk melakukan kegiatan wisata dipengaruhi oleh beberapa faktor dan alasan yang harus dipertimbangkan, sehingga para wisatawan dapat menyesuaikan dengan karakteristik tempat wisatanya. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan untuk melakukan wisata adalah sebagai berikut:

- a. *Irrasional* (dorongan yang tidak disadari)
  - 1) Teman sepergaulan dan keluarga.
  - 2) Tingkah laku atau gaya hidup.
  - 3) Mengikuti kegiatan orang lain.
  - 4) *Self reward* (untuk kepentingan pribadi).
  - 5) Rasa *religiusitas*.
  - 6) Hubungan antar masyarakat.
  - 7) Promosi, iklan dan penyebaran informasi pariwisata.
  - 8) Kondisi ekonomi atau jumlah pendapatan.
- b. *Rasional* (motivasi yang disadari)
  - 1) Sumber dan aset wisata (sejarah, alam, budaya, dll)
  - 2) Sarana dan prasarana wisata (strategi industri pariwisata, transportasi)
  - 3) Keadaan masyarakat dan lingkungan setempat terhadap orang baru (kesopanan, keramahan)
  - 4) Klasifikasi kependudukan (jenis kelamin, umur, urbanisasi)
  - 5) Keadaan politik (tingkat kebebasan penduduknya kestabilannya)
  - 6) Kondisi geografis (jangkauan penduduk dari berbagai daerah).
- c. Aspek Sapta Pesona Pariwisata dalam pengembangan pariwisata

Penerapan sapta pesona yang sudah lama disosialisasikan oleh pemerintah dan dihimbau untuk diaplikasikan dalam industri pariwisata di Indonesia yaitu:

---

<sup>27</sup>Isdarmanto, *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata* (Yogyakarta: Gerbang Media Aksara dan StiPrAm, 2017), hlm.41-42

- 1) Indah (objek daya tarik wisata yang indah akan menarik minat wisatawan dari aspek keadaan alam, penataan ruang, bentuk bangunan dan ciri khas dari daerah tersebut).
- 2) Aman (faktor yang menjamin keamanan, keselamatan dan kenyamanan berwisata akan membentuk privasi seseorang maupun kelompok ketika menikmati suasana berwisata, fasilitas keamanan dengan CCTV dan *alarm warning* sehingga terhindar dari hal-hal yang membahayakan).
- 3) Tertib (aset, infrastruktur maupun fasilitas yang dikelola dengan baik, rambu-rambu, petunjuk arah, tanda-tanda larangan dan lain-lain).
- 4) Bersih (keadaan lingkungan dan kelengkapan fasilitas dan sarana prasarana objek wisata yang terjamin kebersihannya akan memberikan kenyamanan bagi wisatawan dalam menggunakan fasilitas yang ada).
- 5) Sejuk (suasana dan kondisi lingkungan yang bisa dinikmati wisatawan selama berwisata sehingga mereka nyaman berada di daerah wisata tersebut).
- 6) Ramah (sikap dan sifat karyawan dan pengelola dalam memberikan pelayanan (*service*) bisa menimbulkan kepuasan wisatawan (*customer satisfaction*)).
- 7) Kenangan (oleh-oleh yang berupa cinderamata, souvenir, yang diharapkan bisa memberikan kesan bagi wisatawan untuk dibawa pulang).

### 2.1.3 Agrowisata

Agrowisata adalah salah satu jenis wisata yang memanfaatkan usaha pertanian sebagai objek wisata. Agrowisata bertujuan untuk menambah pengetahuan, pengalaman dan menjalin relasi di bidang pertanian. Agrowisata dapat dikembangkan dengan strategi-strategi yang unggul misalnya mengutamakan unsur budaya lokal dalam pemanfaatan lahan, memberikan inovasi-inovasi baru pada petani dalam mengelola lahan serta memelihara karakteristik budaya maupun teknologi lokal (*indigenous knowledge*) yang telah sesuai dengan keadaan lingkungan alaminya.<sup>28</sup>

Dalam Surat Keputusan Bersama Menteri Pertanian dan Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi Nomor: 204/KPTS/HK/050/4/1989 dan Nomor KM. 47/PW. DOW/MPPT/89 Tentang Koordinasi Pengembangan Wisata Agro, pengertian agrowisata adalah suatu bentuk kegiatan wisata yang

---

<sup>28</sup> Pamulardi, *Pengembangan...*, hlm.4

memanfaatkan usaha agro sebagai objek wisata yang bertujuan untuk memperluas pengalaman, pengetahuan, rekreasi, perjalanan dan hubungan usaha di bidang pertanian.<sup>29</sup>

Ruang lingkup dan potensi agrowisata secara umum, dapat dikembangkan melalui hal, seperti:

- a. Perkebunan
- b. Peternakan
- c. Kehutanan
- d. Tanaman pangan dan hortikultura
- e. Perikanan

Secara garis besar usaha untuk mengembangkan agrowisata terdiri dari 5 aspek antara lain:

- a. Sumber daya manusia (SDM). Dalam pengembangan agrowisata, SDM berperan penting. Sebagai contoh, pengelola tempat wisatawan harus menguasai strategi pengelolaan agar dapat menjadikan ciri khas suatu tempat wisata sehingga dapat menarik minat wisatawan. Begitu pula dengan pemandu wisata, pemandu wisata harus menguasai pengetahuan terkait produk wisata dan keterampilan dalam memandu wisatawan juga sangat dibutuhkan agar memberikan kesan positif terhadap wisatawan.
- b. Promosi. Cara untuk melakukan promosi misalnya melalui sosial media, pamflet, baliho, pameran, serta penyediaan informasi di tempat umum (hotel, *airport*, rumah makan, dll). Selain melalui strategi promosi, pengenalan agrowisata kepada masyarakat luas juga dapat dilakukan yaitu dengan bekerjasama dengan biro/agen perjalanan dan perhotelan. Oleh karena itu ketika biro/agen perjalanan dan perhotelan mendapatkan *client*, mereka dapat merekomendasikan agrowisata tersebut untuk dikunjungi.
- c. Sumber daya alam dan lingkungan. Dikarenakan agrowisata sangat berhubungan dengan alam, sehingga perkembangannya tergantung bagaimana usaha untuk melestarikan, mempertahankan keasrian dan keaslian sumber daya alam dan lingkungan. Sehingga pengelola harus bisa memelihara dan memaksimalkan pengelolaan potensi yang sudah tersedia di alam.
- d. Sarana dan prasarana. Hal yang sangat penting untuk menjangkau lokasi agrowisata adalah aksesibilitas. Fasilitas transportasi dan akses menuju lokasi wisata sangat mendukung untuk mengembangkan usaha agrowisata. Selain itu

---

<sup>29</sup> Ibid., hlm. 30



memaksimalan pelayanan yang diberikan kepada wisatawan/wisatawan juga menjadi aspek penting dalam keberhasilan dalam upaya pengembangan agrowisata. Agrowisata biasanya terletak di pegunungan. Sehingga akses menuju lokasi harus melewati bukit yang jalannya naik, turun dan berkelok. Untuk memudahkan akses wisatawan yang belum terbiasa dengan track seperti itu, jalan harus dibuat senyaman mungkin tidak berlubang dan tidak bergelombang.

- e. Kelembagaan. Dalam upaya pengembangan agrowisata harus ada peran dari berbagai stakeholder, baik itu dari masyarakat, pemerintah atau pihak swasta. Dalam hal ini pemerintah bertugas sebagai fasilitator dalam proses perkembangan agrowisata berupa kemudahan perijinan dan peraturan agar tidak terjadi kesenjangan usaha yang nantinya bisa berdampak buruk bagi kedua pihak. Oleh karena itu kerjasama baik antara pengusaha dengan objek agrowisata, maupun antara objek agrowisata dengan lembaga pendukung (perjalanan wisata, perhotelan dan lainnya) sangat penting.<sup>30</sup>

Unsur untuk mengembangkan suatu daerah menjadi daerah pariwisata atau termasuk agrowisata menurut James Spillane (1994) terdiri dari lima unsur yang diperlukan antara lain:

- a. *Attractions*. Dalam hal ini atraksi yang dimaksud untuk pengembangan agrowisata adalah luasnya lahan pertanian/kebun, alam yang indah, taman yang asri, budaya petani dan semua hal yang berhubungan dengan aktivitas pertanian yang terjadi di agrowisata tersebut
- b. *Facilities*. Fasilitas yang harus disediakan dalam upaya pengembangan agrowisata misalnya penambahan sarana umum, rumah makan dan hotel atau penginapan.
- c. *Infrastructure*. Dalam pengembangan agrowisata infrastruktur yang dimaksud adalah dalam bentuk sumber listrik dan energi, jaringan komunikasi, sistem pengairan, jalan raya, fasilitas kesehatan, terminal pengangkutan, system pembuangan kotoran/pembuangan air, dan system keamanan.
- d. *Transportation*. Untuk menuju agrowisata kemudahan akses jalan transportasi sangat dibutuhkan. Misalnya transportasi umum, terminal,

---

<sup>30</sup> Irma Fitriana Ulfah, Andi Setiawan, Alfiyatur Rahmawati. *Pembangunan Desa Berbasis Potensi Lokal Agrowisata di Desa Bumiaji, Kota Batu, Jawa Timur*, Jurnal Politik Indonesia: Indonesian Political Science Review 2 (1) (2017) 46-64, hlm.51

system keamanan penumpang, system informasi perjalanan, kepastian tarif, peta kota/objek wisata),

- e. *Hospitality*. Sifat masyarakat, pengelola dan karyawan yang ramah tamah sangat diperlukan karena akan menjadikan citra sebuah agrowisata yang berhasil.<sup>31</sup>

Manfaat dan fungsi dari agrowisata harus diperhatikan demi tercapainya perkembangan bisnis atau usaha agrowisata. Adanya agrowisata akan memberikan banyak keuntungan berbagai pihak, seperti masyarakat sekitar yang turut menjadi pengelola agrowisata, masyarakat yang mau berdagang di area agrowisata, petani sekitar dan juga bermanfaat bagi kelestarian alam. Fungsi agrowisata menurut Tirtawinata dan Fachrudin (1996) adalah sebagai berikut:

- a. Menambah tingkat konservasi lingkungan. Daerah agrowisata diharapkan memiliki *existence effect* (efek nyata) yang bermanfaat bagi lingkungan karenadengan adanya agrowisata dapat mempengaruhi iklim dan cuaca sekitarnya.
- b. Menambah nilai estetika dan keindahan alam. Keindahan visual bisa didapatkan dari kebersihan lingkungan, topografi, warna dan arsitektur, jenis flora dan fauna, bangunan yang tersusun dalam tata ruang yang sesuai dengan alam.
- c. Memberikan nilai rekreasi. Rekreasi ditengah alam yang indah dan nyaman akan memberikan kepuasan tersendiri bagi wisatawan yang berkunjung.
- d. Kegiatan ilmiah dan ilmu pengetahuan akan berkembang. Dengan adanya agrowisata wisatawan dapat mempelajari jenis tanaman budidaya, kegiatan budidaya, perawatan tanaman budidaya, pemanenan, dan juga pengolahan hingga menjadi produk yang layak dikonsumsi.
- e. Menghasilkan keuntungan ekonomi bagi pengelola, masyarakat, pemerintah daerah maupun pemerintah pusat. Keuntungan bagi daerah dan masyarakat yaitu dapat menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, memperkenalkan suatu daerah serta meningkatkan kegiatan produksi.

---

<sup>31</sup> Dhanik Puspita Sari Peran Wisatawan Domestik Dalam Wisata Menyelam Di Indonesia, Bogor Hospitality, Journal Vol. 1 No. 1 – Juli 2017, hlm.8

Manfaat yang akan didapatkan oleh semua bidang terutama di sekitar tempat agrowisata akan sangat bermanfaat jika fungsi dari agrowisata terealisasi dengan maksimal. Tidak hanya sebagai tempat wisata saja, agrowisata juga memiliki fungsi lain. Menurut keputusan Menteri Pariwisata, pos dan telekomunikasi No.KM.98/Pw.102/MPPT-87 tentang ketentuan usaha objek pariwisata, fungsi dari agrowisata antara lain:

- a. Pusat informasi pariwisata setempat untuk mengenal, mengetahui, memahami dan menghayati peristiwa kehidupan suatu kelompok masyarakat tertentu.
- b. Pusat promosi pariwisata setempat karena dengan adanya pariwisata tersebut sehingga pariwisata maupun daerah wisata lebih dikenal masyarakat luas.
- c. Pusat kegiatan suatu kelompok masyarakat karena sarana dan prasarannya dapat dimanfaatkan untuk penyelenggaraan kegiatan – kegiatan sosial ekonomi dan sosial budaya masyarakat.
- d. Sebagai wilayah yang dapat mendorong tumbuh dan kembangnya aspirasi yang berhubungan dengan seni dan budaya masyarakat setempat dengan budaya pertanian secara turun temurun.

Secara tidak langsung manfaat dari adanya agrowisata dapat mengembangkan dan memperkenalkan sektor pariwisata dan pertanian ke masyarakat secara bersamaan. Selain itu, dapat menjalin hubungan kekeluargaan dengan petani atau masyarakat sekitar. Bagi wisatawan, manfaat adanya agrowisata yang paling dirasakan adalah dapat meningkatkan kesehatan dan kebugaran tubuh, beristirahat dan menghilangkan kejenuhan, mendapatkan petualangan yang berkesan, dan bisa makan makanan yang alami (*organic food*).<sup>32</sup>

Ilmu pertanian merupakan ilmu yang mempelajari semua aspek biologis, sosiobudaya dan bisnis yang dilakukan dalam hal pemanfaatan kekayaan alam yang tersedia dengan cara melakukan produksi dan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Sedangkan agronomi adalah bagian dari ilmu pertanian dengan usaha pelestarian dan budidaya tanaman yang berhubungan dengan lingkungan biokimia maupun biofisik.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Edgardi Muhammad Ernaldi, *Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata Perkebunan Teh Gunung Mas PTPN VIII Bogor* (Bogor: Institut Pertanian Bogor, 2010) hlm. 16-17

<sup>33</sup> Tati Nurmala, dkk, *Pengantar Ilmu Pertanian* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012) hlm. 15

Berikut adalah ayat-ayat agronomi atau yang berkaitan erat dengan pertanian:

1. Q.S. Al-Baqarah (2) : 265

وَمَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ ابْتِغَاءَ مَرْضَاتِ اللَّهِ وَتَنْبِيئًا مِّنْ أَنفُسِهِمْ كَمَثَلِ جَنَّةٍ بِرَبْوَةٍ أَصَابَهَا وَابِلٌ فَآتَتْ أُكُلَهَا ضِعْفَيْنِ فَإِن لَّمْ يُصِيبْهَا وَابِلٌ فَطَلٌّ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

Artinya: “Dan perumpamaan orang-orang yang membelanjakan hartanya karena mencari keridhaan Allah dan untuk keteguhan jiwa mereka, seperti sebuah kebun yang terletak di dataran tinggi yang disiram oleh hujan lebat, maka kebun itu menghasilkan buahnya dua kali lipat. Jika hujan lebat tidak menyiraminya, maka hujan gerimis (pun memadai). Dan Allah Maha Melihat apa yang kamu perbuat.” (Q.S. Al-Baqarah (2) : 265)

Menurut Quraisy Shihab dalam *Tafsir Al-Misbah* ayat ini diibaratkan kebun yang ada di dataran tinggi yang membuat pohon-pohon di kebun tersebut mendapatkan benih-benih yang terbawa angin. Pohon yang ada di dataran tinggi tidak perlu disiram air karena sudah tersiram dengan air hujan yang langsung turun dari langit. Sehingga pohon tersebut cukup air dan apabila ada air yang tersisa akan mengalir ke bawah dan dimanfaatkan oleh yang membutuhkan.<sup>34</sup> Dalam tafsir ‘*Allamah Thabathaba’i* menjelaskan bahwa ayat ini merupakan perumpamaan yang menunjukkan bahwa membelanjakan harta dengan cara menjaga, dan mengembangkannya dengan tujuan untuk mendapatkan ridho Allah SWT akan memberikan dampak yang positif.<sup>35</sup>

2. Q.S. Ar-Ra‘du (13) : 4

وَفِي الْأَرْضِ قِطْعٌ مُّتَجَوِّرَاتٍ وَجَنَّاتٍ مِّنْ أَعْنَابٍ وَزُرْعٌ وَنَخِيلٌ صِنُونٌ وَغَيْرُ صِنُونٍ يُسْقَى بِمَاءٍ وَاحِدٍ وَنُفُضِلُ بَعْضُهَا عَلَى بَعْضٍ فِي الْأَكْلِ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَعْقِلُونَ

Artinya: “Dan di bumi terdapat bagian-bagian yang berdampingan, kebun-kebun anggur, tanaman-tanaman, pohon kurma yang bercabang, dan yang tidak bercabang; disirami dengan air yang sama, tetapi Kami lebihkan tanaman yang satu dari yang lainnya dalam hal rasanya. Sungguh, pada yang demikian itu

---

<sup>34</sup> Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Quran, Volume 1* (Jakarta: Lentera Hati, 2002) hlm. 697

<sup>35</sup> ‘Allamah Sayid Muhammad Husain Thabathaba’i, *Tafsir Al-Mizan*, (Jakarta: Lentera, 2011) hlm. 330

terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang-orang yang mengerti.-tanaman itu atas sebahagian yang lain tentang rasanya. Sesungguhnya pada yang demikian itu terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi kaum yang berfikir” (Q.S. Ar-Ra‘du (13) : 4 ).

Dalam Tafsir Al-Misbah, menurut Quraish Shihab ayat tersebut menunjukkan adanya ilmu yang mempelajari tentang pengolahan tanah (geologi dan geofisika) dan ilmu tentang ekologi atau lingkungan hidup yang berpengaruh terhadap tumbuh-tumbuhan.<sup>36</sup> Sedangkan menurut Sayyid Quthb dalam *Tafsir Fi Dzilalil Qur'an* ayat ini menjelaskan bahwa pemandangan-pemandangan yang ada di bumi harus dipersiapkan dan diperhitungkan oleh manusia karena dengan melihat pemandangan (berwisata) manusia akan lebih tenang dan bisa kembali ke fitrahnya hidup.<sup>37</sup>

### 3. Q.S. Yasin (36) : 33-35

وَاَيُّهُ لَّهُمُ الْأَرْضُ الْمَيِّتَةُ أَحْيَيْتُهَا وَأَخْرَجْنَا مِنْهَا حَبًّا فَمِنْهُ يَأْكُلُونَ  
وَجَعَلْنَا فِيهَا جَنَّاتٍ مِنْ نَخِيلٍ وَأَعْنَابٍ وَفَجَّرْنَا فِيهَا مِنَ الْعُيُونِ  
لِيَأْكُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ وَمَا عَمِلَتْهُ أَيْدِيهِمْ أَفَلَا يَشْكُرُونَ

Artinya : “Dan suatu tanda (kekuasaan Allah yang besar) bagi mereka adalah bumi yang mati. Kami hidupkan bumi itu dan Kami keluarkan dari padanya biji-bijian, maka daripadanya mereka makan (33). Dan Kami jadikan padanya kebun-kebun kurma dan anggur dan Kami pancarkan padanya beberapa mata air (34). Supaya mereka dapat makan dari buahnya, dan dari apa yang diusahakan oleh tangan mereka. Maka mengapakah mereka tidak bersyukur? (35)” (Q.S. Yasin (36) : 33-35).

Menurut Quraish Shihab dalam ayat ini membuktikan bahwa Allah menghidupkan yang sudah mati dan mematikan yang hidup. Dan dalam ayat ini ada campur tangan selain Allah yaitu usaha manusia dalam merawat bumi dan menanam tumbuhan-tumbuhan yang ada di bumi yaitu dalam hal bercocok tanam atau pertanian. Dan Allah juga menjelaskan bahwa dengan karunia dan kenikmatan salah satunya dalam hal pertanian yang diberikan Allah SWT sangat berlimpah dan wajib kita syukuri.<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Quran, Volume VI* (Jakarta: Lentera Hati, 2002) hlm. 112

<sup>37</sup> Sayyid Quthb, *Tafsir Fi Dzilalil Qur'an, Jilid 7*, (Jakarta : Gema Insani, 2012), hlm. 34

<sup>38</sup> Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Quran, Volume XI* (Jakarta: Lentera Hati, 2002) hlm. 147

#### 2.1.4 Lingkungan

Lingkungan adalah gabungan antara kondisi fisik sumber daya alam seperti tanah, air, udara, energi surya, mineral, serta flora dan fauna yang tumbuh di daratan maupun di dalam lautan, dengan unsur ciptaan manusia seperti pemeliharaan lingkungan fisik untuk kesejahteraan manusia dan makhluk hidup lainnya. Dalam meningkatkan semangat kerja dan jumlah wisatawan tidak terlepas dari lingkungan sekitar yang mendukung seperti kualitas dan kondisi lingkungan.<sup>39</sup>

Menurut UU No 32 Tahun 2009 menyatakan bahwa, “Lingkungan hidup dapat diartikan kesatuan ruang dengan semua benda, daya keadaan, dan makhluk hidup, termasuk manusia dan perilakunya yang mempengaruhi perikehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lainnya”.<sup>40</sup>

Usaha pengembangan agrowisata yang terpenting adalah mempertahankan keaslian, keasrian dan kelestarian sumber daya alam dan lingkungan. Karena usaha pemeliharaan lingkungan sangat berdampak bagi kondisi lingkungan yang tercipta dalam suatu tempat. Sebagian masyarakat di Indonesia mungkin kurang mendukung adanya pemeliharaan lingkungan. Karena masih ada sebagian masyarakat yang kurang sadar untuk menjaga kebersihan lingkungan. Hal tersebut disebabkan oleh kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap lingkungan. Kurangnya pengetahuan pada pelestarian dan pemeliharaan lingkungan menyebabkan ketidaksadaran pada lingkungan hidup.

Masyarakat yang sadar akan lingkungannya adalah masyarakat yang sudah menerapkan sikap dan perilaku peduli terhadap lingkungan dan menerapkan prinsip-prinsip ekologi dan etika lingkungan. Perkembangan sikap manusia terhadap alam awalnya adalah mereka memperlakukan alam secara berlebihan dengan menyembahnya dan memujanya kemudian manusia mulai ketergantungan dengan alam dengan memanfaatkannya, kemudian karena sifat manusia yang serakah dan merasa menjadi pemiliknya sehingga menghabiskan potensi yang ada di alam dan lingkungannya, setelah itu manusia merasa ditinggalkan alam dan kemudian membutuhkannya. Dan yang paling terakhir adalah manusia sadar bahwa

---

<sup>39</sup> Amalia, *Pengaruh...*, hlm.1204

<sup>40</sup> Darwis Darmawan, Siti Fadjarajani, *Hubungan Antara Pengetahuan Dengan Sikap Pelestarian Lingkungan Dengan Perilaku Wisatawan Dalam Menjaga Kebersihan Lingkungan (Studi Di Kawasan Objek Wisata Alam Gunung Galunggung Desa Linggajati Kecamatan Sukaratu Kabupaten Tasikmalaya)*, Jurnal Geografi, Volume 4 Nomor 1 April 2016, hlm. 42

alam/lingkungan harus dirawat dan diperlakukan sebagai lingkungan hidup karena alam akan menentukan kelangsungannya sebagai makhluk.

Berdasarkan perkembangan sikap yang diuraikan di atas, bentuk simulasi penerapan sikap pelestarian lingkungan hidup merupakan suatu upaya memelihara, melindungi dan mengelola serta memanfaatkan sumber daya alam dari dorongan perubahan atau dampak negatif yang diakibatkan oleh kecerobohan manusia. Hal tersebut dilakukan agar alam/lingkungan tetap menjadi penyempurna perikehidupan manusia dan makhluk lainnya sehingga dapat memenuhi kebutuhan manusia dari generasi ke generasi berikutnya. Perilaku ini yang akan menyebabkan manusia berperilaku lebih bijaksana terhadap lingkungan. Sumber daya alam yang dimaksud adalah sumber daya alam hayati, non hayati dan sumber daya buatan.<sup>41</sup>

Undang-undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup Pasal 23 menyatakan bahwa kriteria usaha dan/atau kegiatan yang berdampak penting yang wajib dilengkapi dengan Amdal terdiri atas:

- a. Pengubahan bentuk lahan dan bentang alam
- b. Eksploitasi sumber daya alam, baik yang terbarukan maupun yang tidak terbarukan
- c. Proses dan kegiatan yang secara potensial dapat menimbulkan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup serta pemborosan dan kemerosotan sumber daya alam dalam pemanfaatannya
- d. Proses dan kegiatan yang hasilnya dapat mempengaruhi lingkungan alam, lingkungan buatan, serta lingkungan sosial dan budaya
- e. Proses dan kegiatan yang hasilnya akan mempengaruhi pelestarian kawasan konservasi sumber daya alam dan/atau perlindungan cagar budaya
- f. Introduksi jenis tumbuh-tumbuhan, hewan, dan jasad renik
- g. Pembuatan dan penggunaan bahan hayati dan nonhayati
- h. Kegiatan yang mempunyai risiko tinggi dan/atau mempengaruhi pertahanan negara

---

<sup>41</sup> *Ibid.*, hlm. 43

- i. Penerapan teknologi yang diperkirakan mempunyai potensi besar untuk mempengaruhi lingkungan hidup.<sup>42</sup>

#### 2.1.5 Fiqih Lingkungan

Fiqih lingkungan (*fiqh al-Bi'ah*) adalah aturan-aturan tentang perilaku ekologis manusia yang ditentukan ulama yang ahli dan berpedoman pada dalil dengan tujuan untuk kemaslahatan ummat manusia dengan cara merawat lingkungan, air, tanah, bumi sebagai sumber kehidupan.<sup>43</sup> Dalam menciptakan alam semesta dan segala isinya Allah SWT telah memperhitungkan sebaik-baiknya dengan tujuan untuk kemaslahatan ummat-Nya. Alam dan segala isinya (air, tanah, udara, tumbuhan, dan lain-lain) selalu bertasbih kepada Allah SWT dan senantiasa mengingatkan kita agar selalu menjaga dan memanfaatkan sesuai kebutuhan tanpa melanggar aturan yang ada. Karena untuk menjaga keseimbangan ekosistem manusia tidak boleh merusaknya.

Melalui Al-Qur'an, Allah telah memberikan informasi spiritual kepada manusia untuk bersikap ramah terhadap bumi sebagai tempat berlangsungnya hidup. Informasi tersebut memberikan perintah kepada khalifah di bumi untuk memelihara, merawat, dan melestarikan lingkungan alam agar tidak rusak, tercemar dan punah. Fiqh lingkungan hidup mengatur hubungan anatra hubungan manusia dengana Tuhannya, hubungan manusia dengan sesama manusia, dan juga hubungan manusia terhadap lingkungan hidup sekitar. Untuk mendapatkan pencerahan dan penemuan baru dalam bidang pengelolaan lingkungan hidup, manusia harus mematuhi batasan-batasan yang telah ditetapkan hukum islam dan hukum syara'.<sup>44</sup>

Untuk menyusun fiqih lingkungan (*Fiqh al-Bi'ah*) ada unsur yang harus diperhatikan, yaitu:

1. *Rekonstruksi* makna khalifah

Sebagai khalifah yang di utus oleh Allah untuk membangun kehidupan yang damai sejahtera dan berkeadilan di bumi, manusia harus bisa memanfaatkan

---

<sup>42</sup> Hariadi Siswanto, *Tesis: Kajian Daya Dukung Lingkungan Wisata Alam Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Kabupaten Karanganyar* (Semarang : Universitas Diponegoro, 2012 )hlm. 15.

<sup>43</sup> Asyhari Abta, *Fiqih Lingkungan*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2006) hlm. 76.

<sup>44</sup> Mujiono Abdillah, *Fiqh Lingkungan*, (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan YKPN, 2005), hlm, 46.



segala sesuatu yang telah disediakan Allah dengan batasan-batasan sesuai syariat dengan tanpa merusak yang ada di bumi.<sup>45</sup>

2. Ekologi sebagai doktrin ajaran

Menurut Yusuf Qardhawi dalam *Ri'ayah al Bi'ah fi Syari'ah al-Islam*, memelihara lingkungan sama dengan menjaga lima tujuan dasar islam (*maqasid syariah*) . Karena menjaga *maqasid syariah* hukumnya wajib, maka memelihara lingkungan hukumnya juga wajib.<sup>46</sup>

3. Perusak lingkungan adalah kafir ekologis (*Kufr al-Bi'ah*)

Fiqh lingkungan hidup bertujuan untuk mennyadarkan manusia bahwa masalah lingkungan hidup adalah tanggung jawab manusia sebagai khalifah di bumi. Agar manusia tida membuat kerusakan di bumi, maka manusia harus melakukan dua hal sebagai berikut:

a. Penguatan nilai intelektual dan spiritual

Ajaran-ajaran kearifan lingkungan yang dapat memperkuat aspek intelektual dan spiritual diantaranya dalam konsep *tauhid* (pedoman manusia dalam berperilaku terhadap Tuhan dan alam), *khalifatullah fil-ardh* (bertanggung jawab terhadap pengelolaan dan pemanfaatan alam secara adil), *syukr* (bersyukur kepada Allah), *akhirat* (semua perilaku manusia akan dipertanggung jawabkan di akhirat), *ihsan* (perilaku manusia dalam memelihara lingkungan), *amanat* (manusia sebagai khalifah di bumi mempunyai amanat untuk menjaga bumi dan seisinya) dan *rahmatan lil 'alamin* (semua yang sudah disediakan Allah di bumi merupakan rahmat bagi ummat seluruh alam).<sup>47</sup>

b. Penguatan konsep masalah dalam Fiqh lingkungan

Dalam membangun fiqh lingkungan ada dua metode yang digunakan yaitu *masalah* dan *maqasid syari'ah*. *Maslahah* dan *maqasid syari'ah* mempunyai konsep yang saling berhubungan. Karena *masalah* adalah sarana untk merawat *maqasid syariah*. Contoh dari *mashlahah* adalah pemeliharaan terhadap lima kebutuhan primer (*ushul al-khamsah*) yaitu perlindungan agama (*hifzh al-din*), perlindungan jiwa (*hifzh al-nafs*), perlindungan akal (*hifzh al-'aql*), perlindungan keturunan (*hifzh al-nasl*), dan perlindungan harta benda

---

<sup>45</sup> M. Quraish Shihab, *Membumikan al-Qur'an sebagai Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan masyarakat*, (Bandung: Mizan, 1996), hlm.2

<sup>46</sup> Yusuf al-Qardhawi, *Ri'ayah al-Bi'ah fi Syari'ah al-Islam*, (Kairo: Dar al-Syuruq, 2001), h.256

<sup>47</sup> Mujiono Abdillah, *Epistimologi Syara`mencari format baru Fiqh Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000), hlm.164

(*hifzh al-mal*). Kelima hal tersebut merupakan tujuan syari'ah (*maqasid asy-syariah*) yang harus dirawat.<sup>48</sup>

#### 2.1.6 Konsep Islam Tentang Pelestarian Lingkungan

Allah SWT berfirman dalam *QS Al-Baqarah* ayat 30 yang berbunyi:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً

Artinya: “Dan (ingatlah) ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat, “Aku hendak menjadikan khalifah di bumi.” (*Q.S. Al-Baqarah (2): 30*)

Dari ayat di atas, dapat diambil pelajaran bahwa sebagai seorang kholifah, tugas dan tanggung jawab manusia kepada lingkungan adalah merawat, memelihara dan melestarikan berbagai fasilitas alam yang telah diciptakan oleh Allah untuk makhluk-Nya. Bahkan Allah telah memperbolehkan manusia untuk mengambil manfaat sebanyak-banyaknya dari seluruh sumber daya alam yang telah tersedia dan menjadikannya sumber rizki yang utama bagi manusia dan seluruh makhluk hidup yang ada di bumi.

Untuk mencapai kesejahteraan umat manusia, pada hakikatnya alam semesta beserta isinya adalah fasilitas untuk memenuhi kebutuhan manusia. Karena sudah menjadi kodratnya bahwa alam diciptakan untuk selalu memberikan manfaat bagi keberlangsungan hidup manusia. Sehingga dengan memanfaatkan alam manusia bisa makan, minum, perlindungan, keselamatan dan mata pencaharian. Firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Baqarah Ayat 22 :

الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ فِرَاشًا وَالسَّمَاءَ بِنَاءً وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَّكُمْ ۖ فَلَا تَجْعَلُوا لِلَّهِ أَنْدَادًا وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “(Dialah) yang menjadikan bumi sebagai hamparan bagimu dan langit sebagai atap, dan Dialah yang menurunkan air (hujan) dari langit, lalu Dia hasilkan dengan (hujan) itu buah-buahan sebagai rizki untukmu. Karena itu janganlah kamu mengadakan pertandingan-tandingan bagi Allah, padahal kamu mengetahui.” (*Q.S Al-Baqarah (2): 22*)

Negara yang sangat beruntung adalah negara yang wilayahnya memiliki hamparan luas hijau terbentang. Karena banyak kekayaan alam yang bisa diambil

---

<sup>48</sup> Mahmud Syaltout, *Islam Aqidah wa al-Syari'ah*, (Kairo: Dar al-Qalam, 1966), hlm. 12

dari sana. Seperti barang-barang tambang, minyak tanah, serta hasil pertanian lainnya yang dapat memberikan manfaat yang besar bagi kehidupan manusia. Begitu pula adanya air jernih tanpa ada campuran zat-zat kimia sehingga dapat menyuburkan tanaman dan jika diminum dapat membuat tubuh menjadi bugar. Selain itu, masih banyak lagi manfaat-manfaat lain yang bisa diberikan oleh alam kepada manusia. Hal ini adalah nikmat Allah yang tak terbatas diberikan kepada manusia.

Sebagai timbal baliknya, manusia tidak diminta untuk membayar fasilitas yang telah disediakan Allah SWT karena Allah SWT memberikan nikmat kepada makhluknya tidak ternilai harganya. Allah hanya meminta makhluknya untuk merawat dan melestarikannya. Manusia hanya diminta menjaga alam dan seisinya agar kekayaan alam tersebut tetap lestari dan dapat dinikmati terus oleh manusia generasi selanjutnya. Caranya yaitu dengan memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang dibutuhkan alam serta melindungi dari hal-hal yang menyebabkan kepunahan alam beserta isinya.

#### 2.1.7 Konsep Kepuasan Pelanggan atau Wisatawan

Kepuasan adalah jawaban dan perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dengan membandingkan antara pelayanan dan hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas. Tapi sebaliknya apabila sesuai dengan apa yang diharapkan, seorang konsumen akan merasa puas dan apabila pelayanan dan hasil melebihi harapan, maka konsumen akan merasa sangat puas. Kepuasan wisatawan adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan pelayanan atau hasil yang ia rasakan dibanding dengan apa yang ia harapkan. Umumnya harapan konsumen/wisatawan merupakan perkiraan seseorang tentang apa yang akan dapatkan bila ia mengunjungi tempat wisata tersebut. Sedangkan respon pelanggan adalah akibat dari apa yang diharapkan terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli.<sup>49</sup>

Kepuasan menurut Kotler adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan

---

<sup>49</sup> Kurnia Alam Syah Effendy Harahap, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi terhadap kepuasan Wisatawan Di Museum Ronggowarsito Semarang*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro, 2014, hlm.5

harapannya.<sup>50</sup> Sedangkan menurut Tse dan Wilton (1988) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon yang diberikan pelanggan terhadap ketidakesesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan apa yang dirasakan setelah pemakaiannya.<sup>51</sup>

Faktor utama yang perlu diperhatikan tentang kepuasan pelanggan Menurut Lupiyoadi ada lima antara lain:<sup>52</sup>

- a. Kualitas Produk. Kepuasan yang dirasakan konsumen ketika produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas Pelayanan. Kepuasan yang dirasakan konsumen ketika mendapatkan pelayanan yang maksimal atau yang sesuai yang mereka harapkan.
- c. Emosional. Kepuasan yang dirasakan konsumen karena mendapatkan nilai sosial. Misalnya seseorang akan merasa bangga ketika menggunakan barang dengan merk tertentu. Karena sebagian konsumen mempunyai keyakinan bahwa orang lain akan kagum ketika seseorang menggunakan produk yang bermerek dan cenderung mempunyai kepuasan yang lebih tinggi.
- d. Harga. Konsumen akan merasa puas ketika mengkonsumsi produk/jasa yang berkualitas yang sama tetapi mendapatkan harga yang relatif lebih murah.
- e. Biaya. Kepuasan yang dirasakan konsumen ketika mereka tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa.<sup>53</sup>

Sebagai pengelola tempat wisata, strategi yang dapat dilakukan untuk membuat konsumen atau wisatawan merasa puas. Hal itu dapat dilakukan melalui tujuh unsur penting yaitu:

- b. Barang dan jasa berkualitas. Ketika suatu perusahaan akan menerapkan program kepuasan wisatawan maka harus memberikan pelayanan yang berkualitas. Setidaknya sama dengan pesaing utama dalam industri pariwisata. Oleh karena itu berlaku prinsip "*quality come first, satisfication programs follow*".
- c. *Relationship marketing*. Hal yang utama dalam program promosi loyalitas adalah sebuah usaha menjalin relasi jangka panjang dengan para wisatawan.

---

<sup>50</sup> Kotler, dkk, *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan pengendalian*(Edisi pertama) (Jakarta: Salemba Empat, 2000) hlm. 52

<sup>51</sup> Lupiyoadi Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek* (Jakarta: PT salemba Empat, 2004) hlm.349

<sup>52</sup> *Ibid.*, hlm.158

<sup>53</sup> Rosita, dkk, *Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta*, Jurnal Manajemen Resort dan Leisure Vol.13, No.1, April 2016, hlm.64

Logikanya bahwa relasi yang kuat dan saling menguntungkan antara penyedia jasa dan pelanggan dapat membangun bisnis lagi (*repeat business*) sehingga menciptakan loyalitas wisatawan.

- d. Strategi promosi loyalitas. Untuk menjalin relasi antara perusahaan dan pelanggan banyak menerapkan strategi promosi loyalitas. Strategi ini dilakukan dengan cara memberikan penghargaan (*rewards*) khusus (seperti bonus, diskon, *voucher*, dan hadiah yang dihubungkan dengan frekuensi pembelian atau pemakaian produk jasa perusahaan) kepada pelanggan yang rutin (*heavy users*) agar tetap loyal pada produk dari perusahaan bersangkutan.
- e. Fokus pada konsumen terbaik. Konsumen terbaik bukan sekedar mereka yang termasuk *heavy users*. Tetapi mereka yang berbelanja banyak namun tidak terlalu membutuhkan layanan tambahan (karena mereka sudah paham dengan cara berinteraksi dalam perusahaan), relatif tidak sensitif terhadap harga (lebih menyukai stabilitas daripada berganti pemasok hanya untuk mendapatkan harga termurah).
- f. Keefektifan sistem dalam menangani komplain. Penanganan komplain berhubungan dengan kualitas produk. Barang dan jasa yang diproduksi harus dipastikan oleh perusahaan apakah dapat berfungsi dengan baik atau tidak. Setelah itu, apabila terjadi masalah perusahaan segera memperbaiki lewat sistem penanganan komplain
- g. *Unconditional guarantees*. *Unconditional guarantees* adalah sebuah strategi untuk memberikan kepuasan yang nantinya akan dijadikan penyempurnaan kualitas produk. Contohnya yaitu garansi, garansi merupakan janji yang diberikan kepada para pelanggan mengenai kualitas yang diharapkan akan mereka terima. Untuk mengurangi risiko pembelian, garansi memberikan tawaran mengenai kualitas produk, dan secara tegas menyatakan bahwa perusahaan bertanggungjawab atas produk dan jasa yang diberikannya.
- h. Program *pay-for-performance*. Tanpa adanya dukungan dari sumber daya manusia organisasi, program kepuasan pelanggan tidak bisa terlaksana. Sebagai daya tarik perusahaan yang berinteraksi langsung dengan para pelanggan dan harus memberikan rasa puas bagi mereka, karyawan juga harus dipuaskan kebutuhannya. Dengan kata lain, *total customer satisfaction* harus didukung dengan *total quality reward* yang menghubungkan sistem penilaian kinerja dan

kompensasi dengan kontribusi setiap karyawan dalam penyempurnaan kualitas dan peningkatan kepuasan pelanggan.<sup>54</sup>

#### 2.1.8 Konsep Kepuasan Konsumen dalam Ekonomi Islam

Kepuasan atau ketidakpuasan yang dirasakan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan yang diinginkan dan kinerja atau pelayanan yang dirasakan setelah penggunaan produk/jasa. Kepuasan konsumen adalah seberapa besar manfaat sebuah produk yang diperoleh (*perceived*) apakah sesuai atau tidak dengan apa yang diinginkan konsumen. Atau dengan kata lain kepuasan konsumen merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja produk setelah membandingkan antara apa yang ia peroleh dengan apa yang ia harapkan.<sup>55</sup>

Dalam agama islam, semua kegiatan manusia berpedoman pada prinsip syariah atau sesuai dengan apa yang telah ditetapkan oleh Allah SWT sebagai pencipta alam semesta. Dalam ekonomi tauhid, yang secara umum Chapra menyebutnya sebagai *divine economics*. Karena *divine economics* memeberikan pelajaran bahwa harta harus terdistribusi secara merata sehingga tidak ada kesenjangan ekonomi antar manusia. Dalam ekonomi islam, watak “Ketuhanan” dapat dicerminkan melalui aspek aturan atau sistem yang harus dijadikan landasan oleh para pelaku ekonomi.<sup>56</sup> Ini berdasarkan pada keyakinan bahwa pada dasarnya semua faktor ekonomi termasuk manusia itu sendiri adalah milik Allah dan kepada-Nya (kepada aturan-Nya) dan semua akan kembali pada Allah SWT. Sebagaimana firman Allah dalam surah Al-Imran Ayat 109:

وَلِلَّهِ مَا فِي السَّمُوتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ ۚ وَإِلَى اللَّهِ تُرْجَعُ الْأُمُورُ

*Artinya: “Kepunyaan Allah-lah segala yang ada di langit dan di bumi; dan kepada Allah lah dikembalikan segala urusan”. (Al-Imran:109)*

Ketika melakukan aktivitas ekonomi, manusia dapat mengumpulkan nafkah sebanyak banyaknya tetapi harus ada batasan atau sesuai aturan agama yang sudah ditetapkan Allah untuk kebaikan seluruh umat manusia. Rizki setiap makhluk hidup telah diatur dan akan mendapat bagian seadil-adilnya selama ia berikhtiar

---

<sup>54</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014) hlm. 358.

<sup>55</sup> Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu ISBN, 2011), hlm.62.

<sup>56</sup> Umar Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi*.(Jakarta: The Islamic Foundation, 1999) hlm.24

atau berusaha untuk memperolehnya. Tetapi apabila manusia tidak melakukan usaha secara sungguh-sungguh maka Allah tidak akan menjamin kesejahteraan ekonomi. Dalam melakukan kegiatan ekonomi harus berpedoman dengan prinsip-prinsip ekonomi islam, yaitu<sup>57</sup>:

1. Tauhid, adalah dasar ajaran islam yang menunjukkan bahwa tidak ada yang pantas disembah selain Allah SWT sang pemilik bumi, langit dan segala isinya. Sehingga sebagai wujud kepatuhan makhluk terhadap Tuhannya yaitu dengan cara melakukan setiap kegiatan ekonomi harus menerapkan akidah dan akhlak.
2. Adl, adalah salah satu sifat Allah SWT. Bahwa perilaku Allah kepada setiap makhluk-Nya tidak membedakan. Begitu pula dengan kegiatan ekonomi tidak boleh membedakan pelayanan dalam kegiatan ekonomi.
3. Akhlak, adalah cerminan dari sifat utama Nabi Muhammad SAW. Dalam kegiatan ekonomi harus mempunyai sifat *Shidiq* (jujur), *tabligh* (menyampaikan kebenaran), *amanah* (dapat dipercaya), dan *fatimah* (cerdas dan bijaksana)
4. Keseimbangan, adalah ketika Allah SWT menyediakan bumi, langit dan segala isinya untuk kepentingan makhluk-Nya tanpa adanya batasan. Sehingga manusia harus mengetahui batasan dalam memenuhi kebutuhan dan memperoleh kepuasan.
5. Kebebasan individu, adalah pokok dari kegiatan ekonomi karena kebebasan ekonomi akan menyeimbangkan mekanisme pasar.

Kepuasan dalam Islam dibagi menjadi dua yaitu kepuasan konsumtif dan kepuasan kreatif. Kepuasan konsumtif akan menghasilkan kepuasan kreatif, karena kegiatan konsumsi yang dilakukan seorang muslim akan memberikan energi fisik, sehingga ia akan lebih kreatif.<sup>58</sup> Ekonomi Islam menurut AlFaruqi dalam Chapra sebagai ekonomi yang berketuhanan maka mempunyai sumber “nilai-nilai normatif-imperatif” atau dapat dikatakan bahwa kegiatan ekonomi mempunyai aturan yang mengikat. Dengan bersumber pada aturan Ilahiah, semua perbuatan manusia mempunyai nilai moral dan nilai ibadah. Setiap perilaku manusia tidak boleh lepas dari nilai yang secara vertikal berdampak pada moral yang baik, dan

---

<sup>57</sup> Novian Abdi Firdausi, Sri Herrianingrum, *Prinsip Ekonomi Islam Dan Implementasinya Dalam Keuangan Rumah Sakit (Studi Kasus Pada RS Siti Khodijah Muhammadiyah Cabang Sepanjang Sidoarjo)*, Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, Vol. 7 No. 2, 2020, hlm.209.

<sup>58</sup> Hasan Sulthoni, *.Perilaku Konsumen Dalam Perfekif Ekonomi Islam: Teori Dan Praktek*, Jurnal Ekonomi Syariah STAI Muhammadiyah Tulungagung Volume II Nomor 2, 2015 hlm.451-457.

secara horizontal akan memberi manfaat bagi manusia dan makhluk lainnya. Dalam islam, perilaku konsumen harus sesuai pada konsep dasar bahwa manusia lebih memilih barang dan jasa yang memberikan masalah maksimum.<sup>59</sup>

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa dalam ekonomi islam kepuasan konsumen sangat berkaitan dengan keinginan, manfaat, keyakinan, kebutuhan, berkah, kehalalan dan masalah.

#### 2.1.9 Loyalitas Wisatawan

Loyalitas merupakan komitmen yang dijadikan pegangan ketika membeli atau menggunakan kembali produk atau jasa yang disukai di masa yang akan datang meskipun dipengaruhi keadaan dan pengaruh strategi pemasaran yang berpotensi menyebabkan beralihnya pelanggan.<sup>60</sup>

##### a. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas wisatawan

Ketika konsumen melakukan aktifitas konsumsi, maka ia akan bergerak melalui siklus pembelian, Menurut Griffin, konsumen membeli pertama kali akan bergerak melalui lima langkah, yaitu:

- a. Menyadari adanya produk
- b. Melakukan kegiatan konsumsi tahap awal
- c. Evaluasi setelah kegiatan konsumsi
- d. Keputusan untuk melakukan konsumsi lagi
- e. Pembelian kembali. Langkah ini merupakan langkah terakhir yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Konsumen yang seperti inilah yang harus dilayani dengan baik, didekati dan dipertahankan.<sup>61</sup>

Griffin menyatakan bahwa tingkatan loyalitas adalah sebagai berikut:

- a. *Suspect*. Terdiri dari orang yang mungkin akan membeli barang/ jasa perusahaan.
- b. *Prospect*, yaitu orang-orang yang mempunyai kebutuhan akan produk/jasa tertentu, dan tidak mempunyai keyakinan untuk membelinya.
- c. *Disqualified prospect*, yaitu kemungkinan untuk mengetahui keberadaan barang/ jasa tertentu tetapi kemampuan untuk membeli barang/ jasa tersebut tidak ada.

---

<sup>59</sup> Rahmat Gunawijaya, *Kebutuhan Manusia dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis Dan Ekonomi Islam*, Al-Maslahah–Volume 13 Nomor 1 April 2017, hlm. 145

<sup>60</sup> Kotler, P., & Keller, K.L, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2009), hlm. 179-180.

<sup>61</sup> Griffin Jill. *Customer loyalty*.(Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama,2003), hlm. 18



- d. *First time customer*, merupakan konsumen yang pertama kalinya membeli barang/jasa. Atau dapat dikatakan mereka masih menjadi konsumen yang baru.
- e. *Repeat customers*, adalah konsumen yang telah melakukan pembelian ulang suatu produk/jasa atau sudah membeli sebanyak dua kali atau lebih dan konsumen ini bisa disebut sebagai pelanggan.
- f. *Clients*, merupakan pembeli semua barang atau jasa yang dibutuhkan dan ditawarkan perusahaan, dengan cara melakukan pembelian secara teratur.
- g. *Advocates*, sama halnya seperti *clients*, *advocates* membeli semua barang/ jasa yang ditawarkan dan dibutuhkan, serta melakukan pembelian secara teratur sebagai dengan tujuan untuk mendorong orang lain agar membeli barang/ jasa tersebut.<sup>62</sup>

Loyalitas konsumen dalam beberapa literatur dapat dilakukan dengan cara pembelian berulang atau rekomendasi kepada orang lain. Perilaku tersebut dapat dijadikan indikator untuk mengukur kesuksesan dari strategi pemasaran. Begitu juga tempat wisata dapat disebut sebagai suatu produk dan jasa. Wisatawan dapat berkunjung kembali bahkan merekomendasikan tempat wisata tersebut kepada orang lain yang berpotensi seperti keluarga, teman atau pun kerabat. Wisatawan yang loyal merupakan aset berharga bagi perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya. Seperti pendapat Griffin, karakteristik loyalitas pelanggan antara lain:

- a. *Makes regular repeat purchase*. Melakukan pembelian ulang secara terstruktur. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan yang melakukan pembelian ulang terhadap perusahaan yang sama dalam satu periode tertentu dapat disebut sebagai pelanggan yang loyal.
- b. *Purchase across product and service lines*. Membeli semua produk dan jasa yang ditawarkan. Pelanggan yang loyal tidak hanya membeli satu macam produk saja, tetapi juga membeli semua produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan.
- c. *Refers others*. Merekomendasikan kepada orang lain. Pelanggan yang loyal akan merekomendasikan kesan yang baik dari produk dan jasa

---

<sup>62</sup> *Ibid.*, hlm.35

dari perusahaan kepada rekan, kerabat atau pelanggan lain agar mereka tidak membeli produk/ jasa dari perusahaan lain.

- d. *Demonstrate an immunity to the pull of the competition*. Hal ini menunjukkan kekuatan terhadap daya tarik pesaing. Pelanggan yang loyal akan menolak tawaran dari produk dan jasa perusahaan lain karena menurutnya, produk dan jasa yang mereka pilih adalah yang produk dan jasa terbaik dan berbeda dari produk dan jasa perusahaan lain.<sup>63</sup>

Pelanggan yang loyal tentu saja dipengaruhi oleh beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas, menurut Saleh, faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Nilai, meliputi harga dan kualitas. Pelanggan tidak akan beralih dari produk yang diyakini mempunyai kualitas yang tinggi meskipun harganya juga tinggi. Justru sebaliknya pelanggan akan merasa kecewa apabila demi mempertahankan harga tetapi kualitas diturunkan.
- b. *Image*. Apabila image perusahaan dianggap positif maka menghasilkan pangsa pasar yang luas dan dapat meningkatkan loyalitas.
- c. Mudah dan murah didapatkan. Apabila suatu produk di pasar susah didapatkan, maka pelanggan akan mencoba produk lain yang mudah didapatkan.
- d. Kepuasan. Apabila pelanggan merasa puas dengan produk/jasa yang dikonsumsi, maka akan menimbulkan loyalitas pelanggan.
- e. Pelayanan. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kualitas yang tinggi yang pada akhirnya akan membuat pelanggan lebih loyal.
- f. Jaminan (*Guarantee or Warranty*). Hal ini dapat dipakai oleh produsen untuk memberikan keunggulan pada produk yang dihasilkan akan menunjukkan bahwa produsen peduli pada pelanggan.

Dari beberapa pendapat yang dipaparkan diatas, dapat diperoleh gambaran bahwa terdapat hal yang sama mengenai definisi loyalitas.<sup>64</sup> Secara garis besar faktor-faktor yang digunakan untuk mengukur loyalitas berdasarkan pendapat Griffin dalam Saleh yaitu:

- a. Melakukan pembelian ulang
- b. Membeli semua jenis produk

---

<sup>63</sup> *Ibid.*, hlm.31

<sup>64</sup> M. Saleh, *Public Service Communications* (Malang: UM Press, 2010) hlm. 137

- c. Merekomendasikan produk kepada orang lain
- d. Menunjukkan keunggulan dari produk sejenis yang dihasilkan pesaing.<sup>65</sup>

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1  
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Tahun	Variabel Penelitian	Topik Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Hary Hermawan	2017	<b>Independen :</b> $X_1$ : Daya Tarik Wisata $X_2$ : Keselamatan $X_3$ : Sarana Wisata <b>Intervening :</b> $Y_1$ : Kepuasan <b>Dependen :</b> $Y_2$ : Loyalitas Wisatawan	Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan : Studi Community Based Tourism di Gunung Api Purba Nglanggeran	1. Gunung Api Purba Nglanggeran memiliki ciri khas dan daya tarik wisata alam yang berkualitas. 2. Di Gunung Api Purba Nglanggeran tingkat keselamatannya tinggi, sehingga aman untuk dikunjungi 3. Gunung Api Purba Nglanggeran bisa membuat wisatawan yang berkunjung merasa puas. 4. Wisatawan yang dijadikan responden cukup loyal untuk berwisata di Gunung Api Purba Nglanggeran.
2.	Endang Sulistiyani	2010	<b>Independen :</b> $X_1$ :	Membangun Loyalitas	1. Standar loyalitas wisatawan dapat

<sup>65</sup>Anwari Masatip Dan Ersy Eryina, *Hubungan Antara Kepuasan Atribut Jasa Dan Loyalitas Wisatawan Pada Makanan Tradisional Sunda Di Kota Bandung Jurnal Kepariwisata Indonesia* Vol. 9 No. 2 Juni 2014 ISSN 1907 – 9419, hlm. 155

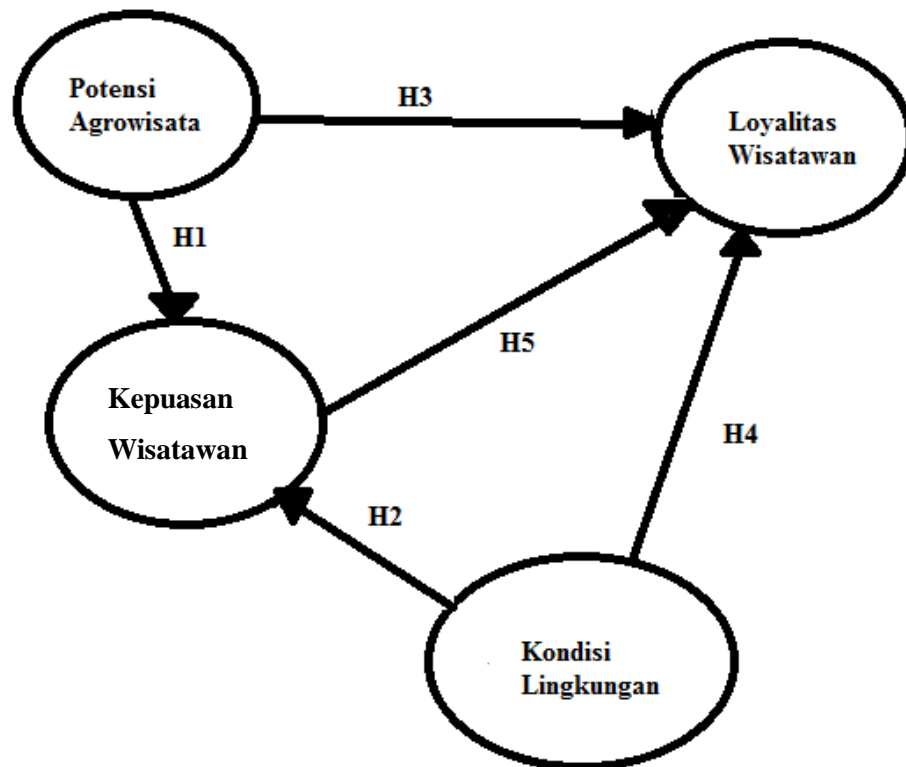
			Peningkatan Kualitas Obyek Wisata $X_2$ : Promosi <b>Intervening :</b> $Y_1$ : Kepuasan <b>Dependen :</b> $Y_2$ : Loyalitas Wisatawan	Wisatawan Melalui Peningkatan Kualitas Obyek Wisata, Promosi dan Kepuasan Wisatawan di Kawasan Wisata Tawangmangu Karanganyar	dibangun melalui kualitas obyek wisata yang menarik, strategi promosi dan kepuasan yang dirasakan wisatawan saat menikmati kawasan wisata. 2. Wisatawan yang loyal tidak akan terpengaruh dengan kenaikan biaya obyek wisata maupun pesaing yang menawarkan produk wisata yang lebih menarik.
3.	Joni Setiawan dan Muhammad Ridha Siregar	2017	<b>Independen :</b> $X$ : Loyalitas Wisatawan <b>Intervening :</b> $Y_1$ : Kepuasan Wisatawan <b>Dependen :</b> $Y_2$ : Citra Destinasi	Loyalitas Wisatawan Terhadap Kota Banda Aceh Sebagai Destinasi Wisata Halal Indonesia Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Mediasi	1. Citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan juga loyalitas wisatawan. 2. Kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan. 3. Citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan dengan kepuasan wisatawan sebagai mediasi partial.
4.	Eny Sulistyowati	2015	<b>Independen :</b> $X$ : Kualitas	Pengaruh Kualitas	1. Kualitas pelayanan berpengaruh secara

	dan Sobirin Maliyan		<p>Layanan</p> <p><b>Intervening :</b></p> <p><math>Y_1</math> : Kepuasan Wisatawan Nusantara</p> <p><b>Dependen :</b></p> <p><math>Y_2</math> : Loyalitas Wisatawan</p>	<p>Layanan</p> <p>Terhadap Loyalitas Wisatawan Nusantara</p> <p>Dengan Kepuasan Wisatawan Nusantara</p> <p>Sebagai Variabel <i>Intervening</i></p>	<p>langsung terhadap loyalitas wisatawan nusantara di obyek wisata wilayah DIY. Hal ini dibuktikan dengan nilai <math>r^2</math> sebesar 0,222 atau 22,2%.</p> <p>2. Kepuasan wisatawan nusantara terhadap loyalitas wisatawan nusantara yang berkunjung ke obyek wisata di wilayah DIY berpengaruh secara signifikan. Hal ini dibuktikan dengan nilai <math>r^2</math> sebesar 0,152 atau 15,2%.</p> <p>3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan wisatawan nusantara kurang kuat yang berkunjung ke obyek wisata di wilayah DIY. Karena hanya memiliki nilai <math>r^2</math> sebesar 0,015 atau 1,5%.</p>
--	------------------------	--	--	--	---

### 2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah model rancangan yang terkait bagaimana hubungan antara teori dengan bermacam-macam faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah

penting.<sup>66</sup> Untuk mengetahui secara sistematis masalah dalam penelitian, maka digambarkan sebagai berikut :



Dalam penelitian ini terdapat dua model persamaan. Model persamaan tersebut yaitu:

1.  $Y1 = X1 + X2$

Pengaruh Variabel Potensi Agrowisata (X1) dan Kondisi Lingkungan (X2) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y1).

Untuk membuat wisatawan merasa puas maka suatu objek wisata harus bisa mengelola dan mengembangkan potensi agrowisata dan pemeliharaan kondisi lingkungan.

2.  $Y2 = X1 + X2 + Y1$

Pengaruh variabel Potensi Agrowisata (X1) dan Kondisi Lingkungan (X2) melalui Kepuasan Wisatawan (Y1) terhadap Loyalitas Wisatawan.

Untuk meningkatkan loyalitas wisatawan maka pengelola harus mengembangkan potensi agrowisata dan pemeliharaan kondisi lingkungan sehingga akan tercipta kepuasan wisatawan dan wisatawan yang merasa puas akan memberikan loyalitasnya kepada objek wisata tersebut.

---

<sup>66</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung : Alfabeta, 2013, hlm. 60

## 2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu kesimpulan yang masih berupa dugaan peneliti sehingga masih belum sempurna.<sup>67</sup> Hipotesis penelitian adalah dugaan seorang peneliti yang masih bersifat sementara dan masih memerlukan pembuktian. Karena masih berupa dugaan, maka hipotesis harus dinyatakan dalam bentuk “pernyataan” dan harus sinkron dengan rumusan masalah. Pembuktian yang ingin dicapai oleh hipotesis adalah sebagai upaya untuk menjawab semua rumusan masalah yang telah disebutkan di atas.<sup>68</sup>

$H_1$  = Potensi Agrowisata ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Wisatawan ( $Y_1$ )

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Ajeng Fitri Nurlestari (2016) yang berjudul Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor. Bahwa agrowisata yang dikategorikan sebagai salah satu jenis wisata yang memiliki daya tarik wisata alam (*Natural Attraction*) dan memiliki daya tarik wisata yang dikelola khusus oleh pemerintah (*Managed Visitor Attraction*). Dan dalam penelitian ini daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

$H_2$  = Kondisi Lingkungan ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Wisatawan ( $Y_1$ )

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rosita, Sri Marhanah, dan Woro Hanoum Wahadi (2016) yang berjudul Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. Bahwa kondisi lingkungan dapat berupa kualitas pelayanan, keadaan fasilitas dan pemeliharaan lingkungan di tempat wisata yang nantinya akan memberikan rasa nyaman dan terpenuhinya harapan wisatawan. Dalam penelitian ini kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

$H_3$  = Potensi Agrowisata ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Loyalitas Wisatawan ( $Y_2$ )

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hary Hermawan (2017) yang berjudul Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan : Studi Community

---

<sup>67</sup> Burhan Bunging, *Metodelogi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), hlm. 90.

<sup>68</sup> Widodo, *Metodologi Penelitian Populer & praktis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hlm. 58.

Based Tourism di Gunung Api Purba Nglanggeran bahwa agrowisata adalah salah satu daya tarik wisata yang memiliki keunikan, keindahan, keaslian, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata, keselamatan, sarana wisata dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

H<sub>4</sub> = Kondisi Lingkungan (X<sub>2</sub>) berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Loyalitas Wisatawan (Y<sub>2</sub>)

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan Eny Sulistyowati dan Sobirin Maliyan (2015) yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Wisatawan Nusantara Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening menunjukkan bahwa pengaruh kualitas layanan termasuk kondisi lingkungan, pengelolaan, dan perawatan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan.

H<sub>5</sub> = Kepuasan Wisatawan (Y<sub>1</sub>) berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Loyalitas Wisatawan (Y<sub>2</sub>)

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Eny Sulistyowati dan Sobirin Maliyan (2015) yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Wisatawan Nusantara Dengan Kepuasan Sebagai variabel Intervening menunjukkan bahwa Kepuasan wisatawan berpengaruh nyata, positif dan sangat kuat terhadap loyalitas wisatawan.

H<sub>6</sub> = Potensi Agrowisata (X<sub>1</sub>) berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Loyalitas Wisatawan (Y<sub>2</sub>) melalui Kepuasan Wisatawan (Y<sub>1</sub>)

Berdasarkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hary Hermawan (2017) yang berjudul Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan : *Studi Community Based Tourism* di Gunung Api Purba Nglanggeran bahwa agrowisata adalah salah satu objek pariwisata yang memiliki daya tarik dan ciri khas tentang keunikannya, keaslian alamnya, keindahannya dan nilai yang mencerminkan keanekaragaman kekayaan alam. Dalam penelitian ini secara simultan bahwa daya tarik wisata, keselamatan, sarana wisata dan kepuasan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

H<sub>7</sub> = Kondisi Lingkungan (X<sub>2</sub>) berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Loyalitas Wisatawan (Y<sub>2</sub>) melalui Kepuasan Wisatawan (Y<sub>1</sub>)



Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Asya Hanif, Andriani Kusumawati dan M. Kholid Mawardi (2016) yang berjudul Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu) bahwa lingkungan alam yang termasuk menjadi salah satu dimensi citra kognitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan melalui kepuasan wisatawan.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis dan Sumber Data

Metode yang diterapkan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif dan verifikatif. Penulis menggunakan pendekatan tersebut dikarenakan terdapat variabel-variabel yang hubungan dan tujuannya akan dianalisis sehingga menjadi gambaran yang runtut dan faktual mengenai fakta-fakta tentang variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Metode penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang diterapkan untuk meneliti status kelompok manusia, objek, keadaan, sistem pemikiran, ataupun sebuah peristiwa yang terjadi di masa kini.<sup>69</sup> Pendekatan deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Potensi Agrowisata dan Kondisi Lingkungan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan di Wisata Agro Jollong.

Metode verifikatif menurut Moh. Nadzir adalah suatu metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui adanya hubungan sebab akibat dari masing-masing variabel melalui pengujian hipotesis dan perhitungan statistik sehingga bisa membuktikan suatu hipotesis ditolak atau diterima.<sup>70</sup> Pendekatan verifikatif dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Potensi Agrowisata dan Lingkungan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan di Wisata Agro Jollong.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Data primer. Data primer adalah data yang didapatkan secara langsung dari pusat atau dari lokasi penelitian yang dijadikan objek penelitian.<sup>71</sup> Peneliti biasanya mengumpulkan data primer tersebut dengan cara observasi, wawancara, diskusi terfokus (*focus grup discussion*-FGD) dan pembagian angket/kuesioner.<sup>72</sup> Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari wawancara kepada staff bagian marketing pada Wisata Agro Jollong dan penyebaran kuesioner kepada wisatawan atau wisatawan di Wisata Agro Jollong Kecamatan Gembong Kabupaten Pati.
- b. Data sekunder. Data sekunder merupakan data yang sudah ada atau data yang sudah dikualifikasikan oleh orang lain dan diolah kemudian dipublikasikan untuk suatu

---

<sup>69</sup> Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 54

<sup>70</sup> *Ibid.*, hlm. 91

<sup>71</sup> Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 132

<sup>72</sup> Sandu Siyoto, M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 58

keperluan.<sup>73</sup> Untuk mendapatkan data sekunder kita bisa memperolehnya ghdari berbagai sumber seperti laporan, data dari Badan Pusat Statistik (BPS), buku, jurnal, dan lain-lain. Dalam hal ini peneliti mendapatkan data sekunder dari katalog-katalog, data perusahaan, dan lain-lain.

### 3.2 Populasi dan Sampel

#### 3.2.1 Populasi

Populasi adalah bagian umum dari objek atau subjek yang berkualitas dan memiliki karakteristik khusus yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Anggota populasi tidak hanya orang, tetapi objek atau benda yang lain..<sup>74</sup> Populasi terdiri dari sekumpulan objek yang menjadi bagian terpenting yang nantinya akan memberikan informasi yang ingin diketahui.<sup>75</sup> Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para wisatawan yang berkunjung ke Wisata Agro Jollong. Karena jumlah wisatawan yang pernah berkunjung dapat dihitung dari jumlah tiket yang terjual sehingga jumlahnya dapat dihitung, oleh karena itu maka disebut populasi terbatas dan perhitungannya dapat diselesaikan.

#### 3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Sampel diambil dari sebagian dari jumlah anggota populasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *probability sampling* yaitu teknik penarikan sampel dengan cara memberi kesempatan yang sama pada semua nggota populasi.<sup>76</sup> Dalam teknik ini penulis menggunakan pendekatan *simple random sampling* atau pengambilan sampel yang paling sederhana yaitu dengan pengambilan sampel secara acak tanpa memperhatikan strata atau kualifikasi tertentu.<sup>77</sup>

Dalam penelitian ini pupulasi yang digunakan adalah wisatawan yang berkunjung di Wisata Agro Jollong pada tahun 2020 yaitu berjumlah 125.377 wisatawan. Untuk menentukan jumlah sampel, rumus dari Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

<sup>73</sup>Lijan Poltak Sinambela, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm. 112.

<sup>74</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 80.

<sup>75</sup> W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002)

<sup>76</sup>Suharsimi, Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rianeka Cipta, 2006), hlm.131

<sup>77</sup>Zainal A. Hasibuan, *Metodologi Penelitian Pada Bidang Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi*, (Jakarta: Fasilkom Universitas Indonesia, 2007), hlm.76

Dimana,

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Nilai *error* (batas ketelitian) yang diinginkan ( jumlah persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel)

$$n = \frac{125.377}{1 + 125.377 \times 0,1^2}$$

$$n = \frac{125.377}{1 + 1.253,77}$$

$$n = \frac{125.377}{1.254,77}$$

$$n = 99,92 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Dalam penarikan sampel, penulis mentolerir kesalahan yaitu sebesar 10%, sehingga didapatkan sampel yaitu 100 responden dari total jumlah populasi sebanyak 125.377 wisatawan di Wisata Agro Jollong.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu cara-cara yang harus dilakukan oleh peneliti dalam proses pengumpulan data.<sup>78</sup> Penelitian ini dalam pengumpulan datanya yaitu dengan cara-cara sebagai berikut:

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan terhadap responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini respondennya adalah wisatawan yang berkunjung ke Wisata Agro Jollong.

d. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data survei berupa percakapan secara langsung antara peneliti dengan narasumber. Teknik ini mempunyai beberapa keunggulan yaitu wawancara atau peneliti dapat memaksimalkan kerjasama dengan responden sehingga memungkinkan responden untuk menjawab pertanyaan secara cepat dan datanya juga cepat terkumpul.

e. Observasi

---

<sup>78</sup> Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 159.

Teknik ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung mengenai kegiatan apa saja yang terjadi di Wisata Agro Jollong serta dampak potensi agrowisata dan kondisi lingkungan dan kepuasan wisatawan terhadap loyalitas wisatawan.

### 3.4 Variabel dan Indikator Penelitian

#### 3.4.1 Variabel

##### a. Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah variabel bebas atau variabel yang mempengaruhi atau yang menyebabkan perubahan atau adanya variabel dependen.<sup>79</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah : Potensi Agrowisata ( $X_1$ ) dan Kondisi Lingkungan ( $X_2$ )

##### b. Variabel Dependen ( $Y_2$ )

Variabel dependen disebut juga variabel terikat. Variabel dependen adalah variabel yang menjadi akibat atau variabel yang dipengaruhi adanya variabel independen. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah Loyalitas Wisatawan ( $Y_2$ )

##### c. Variabel Intervening ( $Y_1$ )

Variabel Intervening disebut juga variabel mediasi atau variabel penghubung antara variabel dependen dan variabel independen.<sup>80</sup> Dalam penelitian ini variabel Intervening yang digunakan adalah Kepuasan Wisatawan ( $Y_1$ ).

#### 3.4.2 Definisi Operasional dan Indikator Penelitian

Definisi operasional adalah gambaran khusus mengenai indikator-indikator yang dibutuhkan pada setiap variabel.<sup>81</sup>

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel independent diantaranya potensi agrowisata dan kondisi lingkungan, variabel dependen yaitu loyalitas wisatawan dan kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening.

Variabel potensi agrowisata penulis mengambil dari penelitian terdahulu yang diteliti oleh Irma Fitriana Ulfah (2017) yang menjelaskan bahwa potensi

---

<sup>79</sup>Ferdinand Augusty, *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2006) hlm. 26

<sup>80</sup> Rully Indrawan dan Poppy Yaniawati, *Metodelogi Penelitian*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2014), hlm. 13.

<sup>81</sup> Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Sidoarjo: Zifatma Publishing, 2008), hlm. 79

agrowisata di Desa Bumiaji telah memenuhi 3 aspek dalam pembangunan berkelanjutan. Yaitu aspek ekologis, aspek keadilan sosial dan aspek ekonomi. Sehingga potensi agrowisata yang dikembangkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.<sup>82</sup>

Variabel kondisi lingkungan penulis mengambil dari penelitian terdahulu yang diteliti oleh Darwis Darmawan (2016) dengan judul Hubungan Antara Pengetahuan dan Sikap Pelestarian Lingkungan Dengan Perilaku Wisatawan Dalam Menjaga Kebersihan Lingkungan Studi Di Kawasan Objek Wisata Alam Gunung Galunggung Desa Linggajati Kecamatan Sukaratu Kabupaten Tasikmalaya bahwa perilaku masyarakat maupun wisatawan dalam memelihara kebersihan lingkungan sangat berpengaruh terhadap usaha pelestarian lingkungan.<sup>83</sup>

Untuk variabel kepuasan wisatawan, penulis mengambil dari penelitian terdahulu yang berjudul Loyalitas Wisatawan Terhadap Kota Banda Aceh Sebagai Destinasi Wisata Halal Indonesia Dengan Kepuasan Wisatan Sebagai Mediasi oleh Joni Setiawan (2017) bahwa semakin tinggi citra destinasi yang dirasakan, semakin tinggi kepuasan wisatawan, maka semakin kuat pula loyalitas wisatawan yang dimiliki oleh wisatawan.<sup>84</sup>

Sedangkan variabel loyalitas wisatawan penulis mengambil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hary Hermawan (2017) loyalitas wisatawan merupakan aset berharga bagi bisnis pariwisata untuk terus berkembang dan berkelanjutan. Karena dengan wisatawan yang loyal akan berkunjung ulang, menambah pemasukan yang kontinyu dan rekomendasi positif akan membuat tempat wisata semakin dikenal di pasar wisata.<sup>85</sup>

Tabel 3.1

Definisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Pengukuran	Indikator	Skala
----------	-------------------	-----------	-------

<sup>82</sup> Irma Fitriana Ulfah, Andi Setiawan, Alfiyatur Rahmawati, *Pembangunan Desa Berbasis Potensi Lokal Agrowisata di Desa Bumiaji, Kota Batu Jawa Timur*, Politik Indonesia: Indonesian Political Science Review 2(1), Januari 2017, hlm. 129.

<sup>83</sup> Darwis Darmawan, Siti Fadjarajani, *Hubungan Antara Pengetahuan Dan sikap Pelestarian Lingkungan Dengan Perilaku Wisatawan Dalam Menjaga Kebersihan Lingkungan (Studi Di Kawasan Objek Wisata Alam Gunung Galunggung Desa Linggajati Kecamatan Sukaratu Kabupaten Tasikmalaya)*, Jurnal Geografi, Volume 4 Nomor 1, April 2016, hlm. 42

<sup>84</sup> Joni Setiawan, Muhammad Ridha Siregar, *Loyalitas Wisatawan Terhadap Kota Banda Aceh Sebagai Destinasi Wisata Halal Indonesia Dengan Kepuasan Wisatan Sebagai Mediasi*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen, Volume 3, Nomor 1, Februari 2017, hlm. 33.

<sup>85</sup> Hary Hermawan, *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan : Studi Community Based Tourism Di Gunung Api Purba Nglanggeran*, Jurnal Media Wisata, Volume 15, Nomor 1, Mei 2017, hlm. 575.

			Pengukuran
Potensi Agro Wisata (X <sub>1</sub> )	Potensi agro wisata adalah potensi yang ada pada daerah yang memiliki tanah subur panorama indah sehingga berpeluang untuk mengembangkan tempat wisata berbasis pertanian dan perkebunan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memanfaatkan potensi Pertanian dan Perkebunan</li> <li>• Memberikan dampak positif bagi wisatawan</li> <li>• Menambah wawasan wisatawan</li> <li>• Meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar</li> </ul>	Diukur Menggunakan skala likert
Kondisi Lingkungan (X <sub>2</sub> )	Kondisi lingkungan adalah pengelolaan dan pemeliharaan lingkungan oleh pengelola wisata sehingga pelaku wisata merasa nyaman, tentram, dan dapat memberikan dampak positif pada wisatawan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bersih dan nyaman</li> <li>• Lingkungan masih asli</li> <li>• Perawatan yang maksimal</li> <li>• Ramah keluarga dan anak-anak</li> </ul>	Diukur Menggunakan skala likert
Kepuasan Wisatawan (Y <sub>1</sub> )	Kepuasan wisatawan adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh wisatawan dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan ketika melakukan kunjungan wisata.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesesuaian harapan</li> <li>• Minat berkunjung kembali</li> <li>• Kesediaan merekomendasikan kepada orang lain</li> </ul>	Diukur Menggunakan skala likert
Loyalitas Wisatawan (Y <sub>2</sub> )	Loyalitas wisatawan adalah wisatawan yang sangat puas dengan produk atau jasa suatu tempat wisata sehingga mempunyai antusiasme	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minat untuk berkunjung kembali</li> <li>• Merekomendasikan kepada orang lain</li> <li>• Wisatawan merasa tempat wisata memiliki reputasi</li> </ul>	Diukur Menggunakan skala likert

	untuk merekomendasikan kepada orang lain.	yang baik • Mempromosikan melalui media sosial	
--	---	---	--

### 3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah cara yang digunakan untuk menganalisis data penelitian.<sup>86</sup> Untuk mengetahui keakuratan suatu data pada setiap variabel harus menguji kelayakan terlebih dahulu.<sup>87</sup> Dalam penelitian ini penulis menggunakan program *SPSS for Windows versi 16.0*.

#### 3.5.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah teknik analisis data yang dilakukan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan kondisi dalam variabel penelitian. Analisis deskriptif menyajikan nilai data dari minimum, rata-rata (*mean*), maksimum, jangkauan (*range*), modus, *median* dan standar deviasi.<sup>88</sup>

#### 3.5.2 Uji Kualitas Data

##### 6. Uji Validitas

Validitas adalah suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu item pertanyaan dalam kuesioner.<sup>89</sup> Uji validitas dalam penelitian ini dapat diketahui pada hasil uji korelasi *Pearson Product Moment* yang artinya jika nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel dan hasilnya positif maka soal dinyatakan valid dan *degree of freedom* digunakan untuk menghitung rumus  $(df) = n - k$ .<sup>90</sup> Dimana  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah variabel..<sup>91</sup>

##### 7. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur seberapa tingginya suatu instrumen dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Dalam penelitian ini hasil uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai koefisien *Alfa Cronbach* yang. Dalam suatu variabel dinyatakan valid apabila  $(\alpha) > 0,60$ .<sup>92</sup>

#### 3.5.3 Uji Asumsi Klasik

<sup>86</sup>*Ibid.*, hlm. 75

<sup>87</sup>Zulganef, *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*, (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2013), hlm. 80.

<sup>88</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19*, Semarang : UNDIP, h.19

<sup>89</sup>Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm.132.

<sup>90</sup> Zainal Mustafa EQ, *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 164-170.

<sup>91</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), hlm.86.

<sup>92</sup>Suryani Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 141.



Tujuan dilakukannya uji asumsi klasik yaitu untuk menunjukkan apakah ada hubungan yang signifikan pada suatu model regresi. Model regresi bisa dikatakan baik apabila terdistribusi normal dan terbebas dari gejala multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik yang digunakan yaitu dengan cara sebagai berikut:<sup>93</sup>

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji model regresi yang digunakan terdistribusi normal antara variabel independen dan variabel dependen atau tidak. Apabila data terdistribusi normal atau mendekati normal, berarti model regresi yang digunakan sudah baik. Uji normalitas yang digunakan adalah uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov (1-Sample K-S)*. Dasar pengambilan keputusannya adalah apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka nilai residualnya terdistribusi normal. Dan apabila nilai signifikansinya  $< 0,05$  maka residual tidak terdistribusi normal.<sup>94</sup>

### 4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi tersebut terdapat adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi korelasi antara variabel bebas (independen). Identifikasi keberadaan multikolinearitas dapat dilihat dari:<sup>95</sup>

- a. Nilai *tolerance*. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. bahwa suatu model regresi tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai *tolerance*  $> 0,1$ .
- b. *Variance Inflation Factor (VIF)*. Apabila dilihat dari nilai VIF, model regresi yang baik yaitu jika hasil penghitungannya menghasilkan nilai  $VIF < 10,00$  dan bila menghasilkan nilai  $VIF > 10,00$  berarti telah terjadi multikolinieritas yang serius di dalam model regresi.

### 5. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dari suatu residual satu penelitian ke penelitian yang

---

<sup>93</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. (Semarang: BP UNDIP, 2009), hlm.91

<sup>94</sup>Rambat Lupiyoadi, Ridho Bramulya Ikhsan, *Pratikum Metode Riset dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2015), hlm. 137.

<sup>95</sup>*Ibid.*, hlm. 91

lain di dalam model regresi. Model regresi dikatakan baik apabila terjadi homoskedastisitas dan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas yaitu apabila nilai *variance* dari residual bernilai tetap. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan metode *spearman rho*. Untuk menentukan terjadi heteroskedastisitas atau tidak adalah dengan melihat nilai signifikansi atau sig. (2-tailed) yang dihasilkan dari uji regresi tersebut. Kriteria yang digunakan adalah apabila nilai Sig. > 0,05 maka terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Dan sebaliknya jika nilai Sig. < 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas.<sup>96</sup>

#### 3.5.4 Uji Hipotesis

Dalam uji hipotesis, penelitian ini menggunakan model regresi berganda. Karena penelitian ini menggunakan variabel intervening, jadi ada dua persamaan atau terjadi dua kali pengujian, yaitu:

Persamaan pertama

$$Y1 = a + \beta_1 \cdot X1 + \beta_2 \cdot X2 + e1$$

Dimana,

a = Konstanta

$\beta$  = Koefisien regresi, yaitu besarnya perubahan yang terjadi pada y jika satu unit perubahan pada variabel bebas (variabel X)

X1 = Potensi agrowisata

X2 = Kondisi Lingkungan

Y1 = Kepuasan Wisatawan

e = Variabel residu

Persamaan kedua

$$Y2 = a + \beta_1 \cdot X1 + \beta_2 \cdot X2 + \beta_3 \cdot Y1 + e2$$

Dimana,

a = Konstanta

$\beta$  = Koefisien regresi, yaitu besarnya perubahan yang terjadi pada y jika satu unit perubahan pada variabel bebas (variabel X)

X1 = Potensi agrowisata

X2 = Kondisi Lingkungan

Y1 = Kepuasan Wisatawan

Y2 = Loyalitas Wisatawan

---

<sup>96</sup> *Ibid.*, hlm. 105

$e$  = Variabel residu

#### 1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji determinan (uji  $R^2$ ) bertujuan untuk menunjukkan besarnya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variansi variabel dependen. Disini  $R^2$  bernilai  $0 < R^2 < 1$  yang artinya :

- a. Apabila nilai  $R^2$  semakin mendekati nol berarti kemampuan variabel potensi agrowisata dan kondisi lingkungan ketika menjelaskan variansi pada variabel kepuasan wisatawan lemah
- b. Apabila nilai  $R^2$  semakin mendekati satu berarti kemampuan variabel potensi agrowisata dan kondisi lingkungan dalam menjelaskan variansi pada variabel kepuasan wisatawan kuat

#### 2. Uji t (Parsial)

Uji t bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh antara variabel dependen dan variabel independen melalui hipotesis yang ditentukan dalam penelitian. Kriteria yang digunakan dalam uji hipotesis secara parsial adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai t hitung  $< t$  tabel atau nilai signifikansinya  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan  $H_0$  diterima, artinya secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.
- b. Apabila nilai t hitung  $> t$  tabel atau nilai signifikansinya  $< 0,05$  maka  $H_1$  diterima, artinya secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara variabel dependen dan variabel independen.

#### 3. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menentukan signifikansi atau tidaknya suatu variabel bebas secara simultan dalam memengaruhi variabel terikat. Uji F dapat diketahui dari nilai signifikansinya. Apabila nilai sig.  $< 0,05$  maka secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

#### 3.5.5 Analisis Jalur

Karena dalam penelitian ini menggunakan variabel intervening maka peneliti menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Menurut Ghazali, analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi berganda.<sup>97</sup>

---

<sup>97</sup>Imam Ghazali, *Model Persamaan Structural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS Ver. 5.0*, (Semarang: BP UNDIP), hlm.105

Tujuan dilakukannya menggunakan metode analisis jalur adalah sebagai berikut:<sup>98</sup>

- a. Menguji model regresi antara hubungan variabel independen dan variabel dependen.
- b. Menjelaskan mengapa antar variabel saling berhubungan.
- c. Mengidentifikasi jalur penyebab terpengaruhnya antar variabel
- d. Mengetahui besarnya pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.<sup>99</sup>

Secara langsung dan tidak langsung perhitungan dilakukan dengan hasil nilai *standarized coefficients* regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Analisis variabel Baron dan Kenny yang lebih dikenal dengan strategy causal step,<sup>100</sup> memiliki tiga persamaan regresi yang harus diestimasi, yaitu:

- a. Persamaan regresi sederhana variabel intervening (Y1) pada variabel independen (X) yang diharapkan variabel independen signifikan mempengaruhi variabel intervening, jadi koefisien  $a \neq 0$ .
- b. Persamaan regresi sederhana variabel dependen (Y2) pada variabel independen (X) yang diharapkan variabel independen signifikan mempengaruhi variabel intervening, jadi koefisien  $c \neq 0$ .
- c. Persamaan regresi berganda variabel dependen (Y2) pada variabel independen (X) dan intervening (Y1) yang diharapkan variabel mediator signifikan mempengaruhi variabel dependen, jadi koefisien  $b \neq 0$ .

Mediasi terjadi jika pengaruh variabel variabel independen terhadap variabel dependen lebih rendah pada persamaan kedua (c).

Sebenarnya koefisien a dan b yang signifikan sudah cukup untuk menunjukkan adanya hubungan, meskipun c tidak signifikan. Sehingga tahap esensial dalam pengujian emosional adalah step 1 dan step 3. Jadi (1) variabel independen mempengaruhi variabel intervening dan (2) variabel intervening mempengaruhi dependen meskipun independen tidak mempengaruhi dependen. Bila step 1 dan step 3 terpenuhi dan koefisien c tidak signifikan ( $c = 0$ ) maka

---

<sup>98</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, hlm. 265.

<sup>99</sup> Jonathan Sarwono, *Path Analysis dengan SPSS Teori, Aplikasi, Prosedur Analisis untuk Riset Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, (Jakarta: Pt Elex Media Komputindo, 2012), hlm. 31-32.

<sup>100</sup> Baroon R.M and Kenny, D. A. *The Moderator Variable Distinction In Social Psychological Research: Conceptual Strategic and Statistical Considerations*, Journal of Personality and Social Psychologi. Vol. 51, No. 6, Americal Pshcological Association

terjadi *perfect* atau *complete* atau *full mediation*. Bila koefisien  $c'$  berkurang namun tetap signifikan ( $c' \neq 0$ ) dinyatakan terjadi *partial mediation*.<sup>101</sup>

Ada tiga model analisis yang menggunakan variabel intervening, yaitu sebagai berikut:

- a. *Perfect* atau *Complete* atau *Full Mediation*, artinya variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan variabel dependen tanpa melalui variabel intervening.
- b. *Partial Mediation*, artinya variabel independen berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap variabel dependen dengan melibatkan variabel intervening.
- c. *Unmediated*, artinya variabel independen berpengaruh secara langsung variabel dependen tanpa melibatkan variabel intervening.

---

<sup>101</sup> Preacher K.J., Rucker D.D. and Hayes A.F., *Addressing Mediation Hypothesis: Theory, Methods and Prescriptions*, (Multivariate Behavioral Research: Lawrence Erlbaum Associates, 2007)

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Deskripsi Tempat Penelitian**

Wisata Agro Jollong Pati merupakan daerah wisata yang penyajian dan pengelolaannya berbasis penggunaan lahan pertanian dan perkebunan. Di sini wisatawan dapat menikmati pemandangan yang masih alami dan juga bisa mengetahui aneka tanaman buah, sayuran dan lainnya. Selain menjadi tempat wisata, wilayah ini sebagian besar adalah kebun kopi yang pengolahan kopinya juga langsung di tempat tersebut. Bangunan disini sudah berumur sekitar 400 tahun yaitu dibangun pada zaman penjajahan kolonial Belanda.

Destinasi wisata ini berada di Desa Sitiluhur, Kecamatan Gembong, Kabupaten Pati. Dari arah pusat kota jaraknya sekitar 15 km, sehingga dekat dan aksesnya cukup mudah. Berada di ketinggian 700-900 mdpl, wisatawan disuguhkan dengan nuansa pegunungan, pedesaan, dan perkebunan yang mempunyai ciri khas tersendiri. Untuk masuk kawasan, wisatawan harus membayar tiket sebesar Rp 10 ribu per orang. Namun, di dalam area juga ada wahana permainan yang akan dipatok biaya tersendiri. Wisata Agro Jollong Pati memiliki lahan seluas 530 ha, pihak pengelola juga menyediakan kereta wisata bagi wisatawan yang ingin berkeliling.<sup>102</sup>

Pengelolaan Wisata Agro Jollong Pati berada di bawah PT Perkebunan Nusantara IX (Persero). PT Perkebunan Nusantara merupakan perusahaan berbasis perkebunan. Perusahaan berbasis perkebunan yang terletak di Jawa Tengah ini adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN). PT Perkebunan Nusantara IX mengelola komoditas perkebunan seperti kopi, karet, coklat, tebu atau gula dan melaksanakan diversifikasi usaha berupa agrowisata dan industri hilir. Kondisi alam dan lahan perkebunan kopi yang terletak di perbukitan tersebut sangat mendukung kawasan ini untuk dikembangkan menjadi daerah tujuan wisata.

Pemerintah bersama dengan masyarakat setempat berkeinginan untuk menjadikan Kebun Jollong sebagai tempat wisata. Rintisan Agrowisata Jollong

---

<sup>102</sup>Wilujeng Puspita, *Destinasi Pati, Agrowisata Jollong Suguhkan Panorama Gunung dan Kesegaran Hawa Perkebunan*, [Tribunjateng.com](https://tribunjateng.com), <https://jateng.triwebunnews.com/2019/04/04/destinasi-pati-agrowisata-jollong-suguhkan-panorama-gunung-dan-perkebunan>.

telah dilakukan sejak tahun 2010. Komoditas yang ada pada saat itu hanya kopi jollong. Tahun 2012 – 2014 mulai ada program penanaman jeruk pamento dan buah naga. Tahun 2012 Agrowisata Jollong resmi dibuka. Dalam perkembangannya, melihat perkembangan usaha wisata agro yang menjanjikan, pada Juli 2012 Direksi PT Perkebunan Nusantara IX mengangkat seorang general manager sebagai pemegang jabatan tertinggi untuk Wisata Agro Jollong dan produksi serta pemasaran produk. Penunjukan general manager tersebut diharapkan dapat membawa wisata agro dan produk hilir PT Perkebunan Nusantara IX menjadi lebih berkembang pesat dan mampu memberikan kontribusi laba yang lebih besar.

Wisata Agro Jollong Pati telah diresmikan menjadi tempat wisata sejak tahun 2018. Meskipun tergolong baru, wisatawan lokal hingga luar daerah selalu ramai mengunjungi tempat wisata ini. Dan sampai sekarang Wisata Agro Jollong Pati menjadi salah satu destinasi wisata favorit keluarga Kota Bumi Mina Tani yang bisa diandalkan.

Sementara itu, manajemen Wisata Agro Jollong berdasar pada *based on environmental* (berbasis masyarakat) yaitu kurang lebih 90% tenaga kerjanya berasal dari masyarakat sekitar. Tempat wisata tentu tidak dapat terlepas dari peran serta masyarakat sekitar untuk kelangsungan operasionalnya. Maka dari itu, Wisata Agro Jollong lebih mengedepankan masyarakat sekitar agar kesejahteraan masyarakat tercapai.

Sebagai Perusahaan Negara, permodalan PT Perkebunan Nusantara IX berasal dari Pemerintah Republik Indonesia. Sehingga adanya objek Wisata Agro Jollong ini merupakan wujud terselenggaranya kebijakan dan juga program pemerintah dalam bidang ekonomi dan pembangunan nasional, khususnya pada sektor pertanian dan subsektor perkebunan yang dilakukan oleh PT Perkebunan Nusantara IX.

Sejalan dengan misi PT Perkebunan Nusantara IX yang ingin menjadi perusahaan agrobisnis yang memiliki daya saing tinggi dan tumbuh berkembang bersama mitra, maka dilakukan strategi bisnis dengan cara mengembangkan cakupan bisnis melalui diversifikasi usaha, yaitu produk hilir, wisata agro, dan usaha lainnya untuk mendukung kinerja perusahaan. Dalam perkembangannya, Wisata Agro Jollong telah menunjukkan perubahan pengelolaan sesuai dengan sifat bisnisnya, yaitu bisnis komoditi (perkebunan) menjadi bisnis pelayanan (pariwisata).

Saat berkunjung ke tempat wisata ini, wisatawan akan menikmati pemandangan yang indah, perkebunan kopi sampai bangunan pabrik yang sudah ada sejak zaman Belanda. Kecamatan Gembong, tempat agrowisata ini berada merupakan sentra penghasil kopi di Kabupaten Pati. Kopi-kopi tersebut sekaligus diolah di sini. Setelah masuk gerbang, terdapat tugu teko dan cangkir yang *iconic*. Selain kopi, terdapat juga tanaman pisang, jeruk keprok dan jeruk pamelon yang menjadi ciri khas dari Wisata Agro Jollong Pati.

Konsep pembangunan Wisata Agro Jollong ditujukan sebagai lokasi agrowisata yang menawarkan wisata dengan segala sesuatu yang berhubungan dengan kopi. Wisatawan Wisata Agro Jollong tak hanya dapat menikmati kesegaran berkeliling di areal perkebunan kopi, tetapi juga bisa memanfaatkan fasilitas seperti *cafe*, rumah makan, kolam renang, lapangan tenis, gedung pertemuan, tempat bermain anak dan lainnya. Agrowisata Wisata Agro Jollong lokasinya menyatu dengan pabrik dan perkebunan kopi robusta. Kopi robusta olahan pabrik Jollong telah memasuki pasaran ekspor sejak dulu, tak hanya di kawasan Asia tetapi juga di Eropa.

Keunikan dari Agrowisata Wisata Agro Jollong yaitu lokasinya yang berada di areal pabrik dan perkebunan kopi, memanfaatkan lingkungan dan ekosistem perkebunan sehingga memiliki nilai keindahan dari panorama yang disuguhkan serta udara yang segar. Terdapat *cafe* dan rumah makan yang menyediakan aneka sajian kopi yang diproduksi langsung dari perkebunan Kopi Jollong. Keunikan lain dari agrowisata ini adalah tersedianya paket wisata *tour* perkebunan atau wisata edukasi berbagai tanaman perkebunan seperti tanaman kopi, jeruk pamelon, dan buah naga bagi para wisatawan yang ingin menambah pengetahuan dalam bidang perkebunan. Dari berbagai keunikan tersebut, wisatawan akan mendapatkan pengalaman yang tidak didapatkan di tempat wisata lain.

Selain perkebunan kopi dan pabrik kopi, pihak pengelola Wisata Agro Jollong Pati juga menyediakan beberapa spot foto *instagenic*. Seperti beberapa gardu pandang dan tugu-tugu yang *iconic*. Taman selfie juga disediakan oleh pihak pengelola, PT Perkebunan Nusantara (PTPN) IX agar wisatawan bisa berfoto dan beristirahat. Potensi alam seperti adanya pemandangan Waduk Seloromo dan Waduk Gunung Rowo serta perbukitan dibelakangnya menjadi daya tarik tersendiri. Konsepnya yang sesuai dengan berbagai latar usia, membuat destinasi wisata ini cocok untuk keluarga.



#### 4.1.2 Gambaran Umum Responden

##### 1. Responden berdasarkan jenis kelamin

Dari jumlah wisatawan di Wisata Agro Jollong Pati identifikasi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – laki	40	40%
Perempuan	60	60%
Total	100	100%

*Sumber : Hasil olah data primer, 2021*

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden yang ikut berpartisipasi dalam penelitian yang berjenis kelamin perempuan lebih banyak dengan jumlah 60 responden (60%). Sedangkan responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 40 responden (40%).

##### 2. Responden berdasarkan Umur / Usia

Menurut umur / usia identifikasi responden pada wisatawan Wisata Agro Jollong Pati dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2

Karakteristik responden berdasarkan Umur / Usia

Umur	Jumlah	Persentase
<20	10	10%
20 – 30	73	73%
31 – 40	5	5%
41 – 50	9	9%
>50	3	3%
Total	100	100%

*Sumber : Hasil olah data primer, 2021*

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa dari 100 responden yang ikut berpartisipasi untuk menjadi sampel penelitian yaitu mayoritas responden berusia 20-30 tahun yaitu berjumlah 73 responden (73%), sedangkan yang berusia kurang dari 20 tahun berjumlah 10 responden (10%), dan berjumlah 9 responden (9%) pada usia 41- 50 tahun, sebanyak 5 responden (5%), berusia

31-40 tahun, dan sisanya berjumlah 3 responden (3%) berusia lebih dari 50 tahun.

8. Responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir

Identifikasi responden di Wisata Agro Jollong Pati berdasarkan tingkat pendidikan terakhir yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.3

Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir

Tingkat Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
SD	3	3%
SMP	8	8%
SMA	56	56%
Diploma	3	3%
Sarjana	28	28%
Lain-lain	2	2%
Total	100	100%

Sumber : Hasil olah data primer, 2021

Berdasarkan tabel diatas, dari 100 jumlah responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir, responden terbanyak yaitu lulusan SMA dengan jumlah 56 responden (56%), kemudian sejumlah 28 responden (28%) lulusan Sarjana, sebanyak 8 responden (8%) lulusan tingkat SMP, dan lulusan tingkat SD berjumlah 3 responden (3%) begitu pula dengan lulusan diploma yaitu sebanyak 3 responden (3%). Dan sisanya yaitu 2 responden (2%) pada tingkat lain-lain. Sedangkan pada kategori lain-lain adalah responden yang sekolah tapi tidak tamat atau bahkan tidak pernah bersekolah.

9. Responden berdasarkan pekerjaan

Berdasarkan pekerjaannya, identifikasi responden pada Wisata Agro Jollong Pati dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Mahasiswa/Pelajar	42	42%
Pegawai Negeri Sipil	5	5%
Wiraswasta	21	21%
Pedagang	11	11%

Lain – lain	21	21%
Total	100	100 %

Sumber : Hasil olah data primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.4 di atas menunjukkan dari 100 responden yang ikut berpartisipasi menjadi sampel berdasarkan pekerjaannya mayoritas bekerja sebagai pelajar/mahasiswa sebesar 42 responden (42%), selanjutnya sebesar 21 responden (21%) adalah seorang wiraswasta dan pekerjaan lain-lain, kemudian sebanyak 11 responden (11%) bekerja sebagai pedagang, dan sisanya adalah 5 responden (5%) bekerja sebagai PNS (Pegawai Negeri Sipil).

#### 4.1.3 Analisis Statistik Deskriptif

Tujuan dilakukannya analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk memberikan sebuah gambaran atau deskripsi terhadap data yang dapat dilihat melalui range, nilai minimum, nilai maksimum, sum, nilai rata-rata (mean), standar deviasi dari masing-masing variabel. Pada penelitian ini terdiri dari dua variabel independen yaitu potensi agrowisata dan kondisi lingkungan, satu variabel dependen yaitu loyalitas wisatawan dan satu variabel intervening yaitu kepuasan wisatawan. Berikut adalah hasil pengujian yang dilakukan menggunakan aplikasi SPSS :

Tabel 4.5  
Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics									
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean		Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
Potensi Agrowisata	100	10	6	16	1407	14.07	.184	1.838	3.379
Kondisi Lingkungan	100	8	8	16	1419	14.19	.181	1.813	3.287
Kepuasan Wisatawan	100	8	8	16	1351	13.51	.183	1.828	3.343
Loyalitas Wisatawan	100	10	6	16	1384	13.84	.204	2.039	4.156
Valid N (listwise)	100								

Dari pengujian tersebut menghasilkan output yaitu nilai N yang menunjukkan jumlah data sebanyak 100 sampel. Pada variabel potensi agrowisata mempunyai nilai minimum 6, nilai maksimumnya 16 dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 14,07 dan

standar deviasinya sebesar 1,838. Variabel kondisi lingkungan nilai minimumnya 8, nilai maksimumnya 16, rata-rata (*mean*) nya sebesar 14,19 dan standar deviasinya 1813. Dan variabel kepuasan wisatawan memiliki nilai minimum 8, nilai maksimum 16 dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 13,51, dan nilai standar deviasinya sebesar 1,828, sedangkan pada variabel loyalitas wisatawan nilai minimumnya 6, dan nilai maksimumnya 16 dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 13,84, dan standar deviasinya sebesar 2,039.

## 4.2 Analisis Data

### 4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui kevalidan kuesioner yang dibagikan kepada responden. Tiap item pertanyaan atau indikator dalam kuesioner dinyatakan valid jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ . Begitu pula sebaliknya apabila  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$  maka indikator dalam kuisisioner dinyatakan tidak valid. Untuk mengetahui  $r \text{ tabel}$  dapat dilihat dalam  $r \text{ tabel}$  dan dilihat pada kolom signifikansi 0,10 dengan rumus  $df = n-2$ , ( $df = 100-2$ ) = 98, maka hasilnya adalah sebesar 0,1654.

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas

Variabel	No Item	Validitas		Ket.
		R tabel	R hitung	
Potensi Agrowisata (X1)	A	0,1654	0,742	Valid
	B	0,1654	0,749	Valid
	C	0,1654	0,846	Valid
	D	0,1654	0,739	Valid
Kondisi Lingkungan (X2)	A	0,1654	0,806	Valid
	B	0,1654	0,852	Valid
	C	0,1654	0,843	Valid
	D	0,1654	0,729	Valid
Kepuasan Wisatawan (Y1)	A	0,1654	0,801	Valid
	B	0,1654	0,873	Valid
	C	0,1654	0,822	Valid
	D	0,1654	0,794	Valid
Loyalitas Wisatawan (Y2)	A	0,1654	0,832	Valid
	B	0,1654	0,860	Valid

	C	0,1654	0,826	Valid
	D	0,1654	0,800	Valid

*Sumber : Data primer hasil olah SPSS, 2021*

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa semua  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel . Maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada kuisioner dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur.

#### 4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur reliabilitas pada kuesioner yang dijadikan indikator pada variabel penelitian. Apabila suatu variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha*  $>$  0,60 maka dikatakan reliabel atau baik. Dalam penelitian ini uji reliabilitas digunakan untuk mengukur variabel Potensi Agrowisata, Kondisi Lingkungan, Kepuasan Wisatawan dan Loyalitas Wisatawan. Menurut perhitungan menggunakan SPSS hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Reabilitas	Keterangan
Potensi Agrowisata	0,765	0,60	Reliabel
Kondisi Lingkungan	0,823	0,60	Reliabel
Kepuasan Wisatawan	0.840	0,60	Reliabel
Loyalitas Wisatawan	0,846	0,60	Reliabel

*Sumber : Data primer hasil olah SPSS, 2021*

Berdasarkan tabel 4.7 diatas adalah hasil dari data yang sudah diolah olah data melalui aplikasi SPSS dapat dilihat bahwa koefisien nilai *Cronbach Alpha* pada variabel Potensi Agrowisata adalah 0,765, pada variabel Kondisi Lingkungan yaitu 0,823, pada variabel Kepuasan Wisatawan bernilai 0,840 dan pada variabel Loyalitas wisatawan sebesar 0,846. Hasil ini membuktikan bahwa semua indikator pada variabel penelitian reliabel karena nilai *cronbach alpha*  $>$  0,60.

### 4.3 Uji Asumsi Klasik

#### 4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi secara normal atau tidak. Jika probabilitas nilai signifikansinya  $>$  0,05 maka data penelitian tersebut berdistribusi normal. Dalam penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametik *kolmogorov-smirnov* dengan menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut :

a. Persamaan Pertama

$$Y1 = X1 + X2$$

Dimana :

X1 = Potensi Agrowisata

X2 = Kondisi Lingkungan

Y1 = Kepuasan Wisatawan

Tabel 4.8

Hasil Uji Normalitas Persamaan 1

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.28437933
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.063
	Negative	-.101
Kolmogorov-Smirnov Z		1.014
Asymp. Sig. (2-tailed)		.255

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan tabel di atas hasil uji normalitas menggunakan uji statistik non-parametrik *kolmogrov-smirnov* persamaan pertama dapat dilihat dari nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu sebesar 0,255 atau probabilitas signifikansinya > 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal.

b. Persamaan Kedua

$$Y2 = X1 + X2 + Y1$$

Dimana :

X1 = Potensi Agrowisata

X2 = Kondisi Lingkungan

Y1 = Kepuasan Wisatawan

Y2 = Loyalitas Wisatawan

Tabel 4.9

Hasil Uji Normalitas Persamaan 2

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.24097676
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.096
	Negative	-.065
Kolmogorov-Smirnov Z		.960
Asymp. Sig. (2-tailed)		.315

a. Test distribution is Normal.

Pada persamaan kedua terlihat pada tabel hasil uji normalitas dengan menggunakan uji non-parametrik *Kolmogorof Smirnov* nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,315 atau probabilitas nilai signifikansinya  $> 0,05$ . Maka data penelitian ini juga berdistribusi normal.

#### 4.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang terjadi homoskedastisitas atau tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan metode *spearman rho*. Dasar pengambilan keputusan dengan metode *spearman rho* adalah apabila nilai signifikansinya atau sig. (2-tailed)  $> 0,05$ . Dengan begitu dapat dikatakan bahwa dalam data variabel tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan menggunakan program SPSS hasil dari uji *spearman rho* adalah sebagai berikut :

##### a. Persamaan Pertama

$$Y_1 = X_1 + X_2$$

Dimana :

$X_1$  = Potensi Agrowisata

$X_2$  = Kondisi Lingkungan

$Y_1$  = Kepuasan Wisatawan

Tabel 4.10

Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan 1

Correlations			Potensi Agrowisata	Kondisi Lingkungan	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Potensi Agrowisata	Correlation Coefficient	1.000	.688**	.043
		Sig. (2-tailed)		.000	.669
		N	100	100	100
	Kondisi Lingkungan	Correlation Coefficient	.688**	1.000	.020
		Sig. (2-tailed)	.000		.843
		N	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.043	.020	1.000
		Sig. (2-tailed)	.669	.843	
		N	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel 4.10 diatas, bisa dilihat bahwa hasil penghitungan uji *spearman rho* menunjukkan nilai sig.(2-tailed) pada variabel Potensi Agrowisata sebesar 0,669 dan variabel kondisi lingkungan sebesar 0,843. Dapat diambil kesimpulan bahwa semua tingkat signifikansi pada variabel potensi agrowisata dan kondisi lingkungan lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas atau terjadi homoskedastisitas.

b. Persamaan Kedua

$$Y2 = X1 + X2 + Y1$$

Dimana :

X1 = Potensi Agrowisata

X2 = Kondisi Lingkungan

Y1 = Kepuasan Wisatawan

Y2 = Loyalitas Wisatawan

Tabel 4.11

Hasil Uji Hetroskedastisitas Persamaan 2

Correlations			Potensi Agrowisata	Kondisi Lingkungan	Kepuasan Wisatawan	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Potensi Agrowisata	Correlation Coefficient	1.000	.688**	.691**	-.013
		Sig. (2-tailed)		.000	.000	.901
		N	100	100	100	100
	Kondisi Lingkungan	Correlation Coefficient	.688**	1.000	.555**	.030
		Sig. (2-tailed)	.000		.000	.770
		N	100	100	100	100
	Kepuasan Wisatawan	Correlation Coefficient	.691**	.555**	1.000	.038
		Sig. (2-tailed)	.000	.000		.705
		N	100	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.013	.030	.038	1.000
		Sig. (2-tailed)	.901	.770	.705	
		N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel 4.11 diatas, dapat dilihat bahwa hasil uji *spearman rho* menunjukkan nilai sig. (2-tailed) pada variabel Potensi Agrowisata sebesar 0,901,



variabel kondisi lingkungan sebesar 0,770 dan variabel kepuasan wisatawan sebesar 0,705. Dapat diambil kesimpulan bahwa semua tingkat signifikansi pada variabel potensi agrowisata, kondisi lingkungan dan kepuasan wisatawan lebih besar dari 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa terjadi homoskedastisitas atau tidak ada gejala heteroskedastisitas.

#### 4.3.3 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya hubungan antar variabel bebas (independen). Nilai multikolinearitas ditunjukkan pada tabel *Coefficient* kolom *Tolerance* dan kolom *VIF*. Apabila nilai  $VIF < 10,00$  maka artinya tidak terjadi multikolinearitas. Dan jika nilai *tolerance* > dari 0,01 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.

##### a. Persamaan Pertama

$$Y1 = X1 + X2$$

Dimana :

$X1$  = Potensi Agrowisata

$X2$  = Kondisi Lingkungan

$Y1$  = Kepuasan Wisatawan

Tabel 4.12

Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan 1

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.167	1.085		2.918	.004		
	Potensi Agrowisata	.615	.109	.618	5.664	.000	.427	2.340
	Kondisi Lingkungan	.119	.110	.118	1.084	.281	.427	2.340

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dapat dilihat nilai VIF pada variabel Potensi Agrowisata ( $X1$ ) dan variabel Kondisi Lingkungan ( $X2$ ) jumlahnya sama yaitu sebesar 2,340 yang berarti bahwa nilai  $VIF < 10,00$ . Begitu pula dengan nilai *tolerance* dari variabel potensi agrowisata ( $X1$ ) dan variable Kondisi Lingkungan ( $X2$ ) bernilai sama yaitu sebesar 0,427. Yang berarti nilai *tolerance* > 0,1 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

##### b. Persamaan Kedua

$$Y2 = X1 + X2 + Y1$$

Dimana :

X1 = Potensi Agrowisata

X2 = Kondisi Lingkungan

Y1 = Kepuasan Wisatawan

Y2 = Loyalitas Wisatawan

Tabel 4.13  
Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan 2

Coefficients <sup>a</sup>								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.133	1.099		.121	.904		
	Potensi Agrowisata	.049	.122	.044	.403	.688	.321	3.114
	Kondisi Lingkungan	.369	.108	.328	3.430	.001	.422	2.369
	Kepuasan Wisatawan	.576	.099	.517	5.842	.000	.493	2.027

a. Dependent Variable: Loyalitas Wisatawan

Berdasarkan tabel 4.13 yang tertera di atas nilai VIF pada variabel Potensi Agrowisata (X1) sebesar 3,114 ; variabel Kondisi Lingkungan (X2) sebesar 2,369 dan variabel Kepuasan Wisatawan (Y1) sebesar 2,027 yang berarti bahwa nilai VIF < 10,00. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Apabila dilihat dari kolom *tolerance* variabel potensi agrowisata (X1) bernilai 0,321 ; pada variable Kondisi Lingkungan (X2) sebanyak 0,422 ; dan variabel kepuasan wisatawan (Y1) yaitu 0,493. Hal ini dapat diketahui bahwa nilai tolerance > 0,01. Oleh karena itu dapat kita simpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

#### 4.4 Uji Hipotesis

##### 4.4.1 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (*R square*) digunakan untuk mengetahui presentase variasi yang dijelaskan variabel dependen dalam variabel independent.

a. Persamaan pertama

$$Y1 = X1 + X2$$

Tabel 4.14  
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) Persamaan 1

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.712 <sup>a</sup>	.507	.496	1.298

a. Predictors: (Constant), Kondisi Lingkungan, Potensi Agrowisata

b. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Dari tabel 4.14 diatas, hasil pengujian Koefisien determinasi ( $R^2$ ) nilai koefisien korelasi sebesar 0,712 artinya bahwa ada pengaruh antara variabel Potensi Agrowisata (X1) dan variabel Kondisi Lingkungan. Sedangkan nilai koefisien determinasi atau R square sebesar 0,507. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel independen (potensi agrowisata dan kondisi lingkungan) dalam mempengaruhi variabel dependen (kepuasan wisatawan) adalah sebesar 50,7%. Sedangkan sisanya adalah 49,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.

b. Persamaan kedua

$$Y2 = X1 + X2 + Y1$$

Tabel 4.15

Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Persamaan 2

Model Summary <sup>a</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.793 <sup>a</sup>	.629	.618	1.260

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Wisatawan, Kondisi Lingkungan, Potensi Agrowisata

b. Dependent Variable: Loyalitas Wisatawan

Dari tabel 4.15 diatas, diketahui hasil uji koefisien determinasi, nilai koefisien korelasi yaitu sebesar 0,793 yang berarti ada hubungan di antara variabel dependen (loyalitas wisatawan) dengan variabel independen (potensi agrowisata dan kondisi lingkungan) sebesar 0,793. Dan untuk nilai R square atau koefisien determinasi yaitu sebanyak 0,629. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel independen (Potensi Agrowisata, Kondisi Lingkungan dan Kepuasan Wisatawan) mempengaruhi variabel Loyalitas Wisatawan adalah sebesar 62,9%. Dan sisanya yaitu 37,1% dipengaruhi oleh faktor lain selain faktor potensi agrowisata, kondisi lingkungan dan kepuasan wisatawan. Artinya kurang dari 50% loyalitas wisatawan di wisata agro Jollong dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.

#### 4.4.2 Uji F (Simultan)

Dilakukannya Uji F yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independent (potensi agrowisata dan kondisi lingkungan) terhadap variabel dependent (kepuasan wisatawan).

a. Persamaan pertama

$$Y1 = X1 + X2$$

Tabel 4.16  
Hasil Uji F Persamaan 1

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	167.677	2	83.838	49.796	.000 <sup>a</sup>
	Residual	163.313	97	1.684		
	Total	330.990	99			

a. Predictors: (Constant), Kondisi Lingkungan, Potensi Agrowisata

b. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Dari hasil uji F diatas, dapat dilihat pada tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai sig.  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $49,796 > 2,14$ , maka dapat diambil kesimpulan bahwa Potensi Agrowisata (X1) dan Kondisi Lingkungan (X2) secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan (Y1) pada Wisata Agro Jollong.

b. Persamaan kedua

$$Y2 = X1 + X2 + Y1$$

Tabel 4.17  
Hasil Uji F Persamaan 2

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	258.978	3	86.326	54.356	.000 <sup>a</sup>
	Residual	152.462	96	1.588		
	Total	411.440	99			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Wisatawan, Kondisi Lingkungan, Potensi Agrowisata

b. Dependent Variable: Loyalitas Wisatawan

Dilihat dari tabel 4.17 dapat diketahui bahwa nilai signifikansinya sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} 54,356 > 2,14$ , maka dapat diambil kesimpulan bahwa Potensi Agrowisata (X1), Kondisi Lingkungan (X2) dan Kepuasan Wisatawan (Y1) secara simultan atau secara bersama-sama terhadap Loyalitas Wisatawan (Y) pada wisata Agro Jollong.

#### 4.4.3 Uji t (Parsial)

Tujuan dari digunakannya uji t yaitu untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung variabel independent secara individual terhadap variabel dependent.

a. Persamaan Pertama

$$Y1 = X1 + X2$$

Tabel 4.18

Hasil Uji t Persamaan 1

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.167	1.085		.004
	Potensi Agrowisata	.615	.109	.618	.000
	Kondisi Lingkungan	.119	.110	.118	.281

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 4.18 diatas dapat disimpulkan bahwa:

- H1 = variabel Potensi Agrowisata (X1)  $t_{hitung} = 5,664 > t_{tabel} = 1,661$  dan nilai signifikansinya  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel Potensi Agrowisata(X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Wisatawan (Y1). Artinya variabel potensi agrowisata apabila telah dikelola secara maksimal maka kepuasan wisatawan juga tinggi.
- H2 = variabel Kondisi Lingkungan (X2)  $t_{hitung} = 1,084 < t_{tabel} = 1,661$  dan nilai signifikan  $0,281 > 0,05$ . Kesimpulannya adalah variabel Kondisi Lingkungan (X2) memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel Kepuasan Wisatawan (Y1). Artinya Kondisi Lingkungan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Wisata Agro Jollong.

b. Persamaan kedua

$$Y2 = X1 + X2 + Y1$$

Tabel 4.19

Hasil Uji t Persamaan 2

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.133	1.099		.904
	Potensi Agrowisata	.049	.122	.044	.688
	Kondisi Lingkungan	.369	.108	.328	.001
	Kepuasan Wisatawan	.576	.099	.517	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Wisatawan

Dari hasil perhitungan tabel 4.19 diatas dapat disimpulkan bahwa:

- H1 = variabel Potensi Agrowisata (X1)  $T_{hitung} = 0,403 < T_{tabel} = 1,661$  dan nilai signifikan  $0,688 > 0,05$ . Hal tersebut berarti bahwa dalam variabel Potensi Agrowisata (X1) memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel Loyalitas Wisatawan (Y2).

- H2 = variabel Kondisi Lingkungan (X2) )  $T_{hitung} = 3,430 > T_{tabel} = 1,661$  dan nilai signifikan  $0,001 < 0,05$ . Hal itu berarti bahwa dalam variabel Kondisi Lingkungan (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas Wisatawan (Y2).
- H3 = variabel Kepuasan Wisatawan (Y1) =  $5,842 > T_{tabel} = 1,661$  dan signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa dalam variabel Kepuasan Wisatawan (Y1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas Wisatawan (Y2).

#### 4.5 Analisis Jalur

Dalam penelitian ini analisis jalur menggunakan dua model persamaan linear, yaitu:

$$Y1 = \alpha + \beta^1 X1 + \beta^2 X2 + e1$$

$$Y2 = \alpha + \beta^1 X1 + \beta^2 X2 + \beta^3 Y1 + e2$$

Dimana :

X1 = Potensi Agrowisata

X2 = Kondisi Lingkungan

Y1 = Kepuasan Wisatawan

Y2 = Loyalitas Wisatawan

Hasil analisis jalur model struktural 1 adalah pengaruh potensi agrowisata dan kondisi lingkungan terhadap kepuasan wisatawan.

Tabel 4.20

Hasil Coefficient Analisis Jalur Model 1

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.167	1.085		.004
	Potensi Agrowisata	.615	.109	.618	.000
	Kondisi Lingkungan	.119	.110	.118	.281

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Dapat dilihat dalam tabel di atas dapat diperoleh bahwa persamaannya adalah  $Y1 = 3,167 + 0,618X1 + 0,118X2 + e1$ . Untuk nilai e1 dapat kita cari melalui tabel Model Summary di bawah ini.

Tabel 4.21

Hasil Model Summary Analisis Jalur Model 1

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.712 <sup>a</sup>	.507	.496	1.298

a. Predictors: (Constant), Kondisi Lingkungan, Potensi Agrowisata

b. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan tabel 4.21 *Model Summary*, nilai R Square atau koefisien determinasi adalah 0,507 atau 50,7%. Nilai tersebut menunjukkan besarnya pengaruh variabel potensi agrowisata dan kondisi lingkungan terhadap kepuasan wisatawan adalah 50,7%. Dapat dikatakan bahwa besarnya pengaruh variabel lain sebesar  $100\% - 50,7\% = 49,3\%$  atau 0,493 yang tidak diteliti oleh penulis. Maka nilai  $e1 = \sqrt{1 - 0,507} = 0,702$ . Sehingga dapat diperoleh persamaan seperti berikut:

$$Y1 = 3,167 + 0,618X1 + 0,118X2 + 0,702$$

Dapat diartikan bahwa konstanta sebesar 3,167 dapat dinyatakan bahwa apabila variabel independen dianggap konstan, maka rata-rata terealisasi kepuasan wisatawan di Wisata Agro Jollong sebanyak 3,167 atau apabila  $X1$  dan  $X2$  bernilai nol maka variabel  $Y1$  akan konstan yaitu tetap sebesar 3,167. Oleh karena itu dapat diambil kesimpulannya yaitu sebagai berikut:

- 1) Nilai koefisien regresi variabel Potensi Agrowisata ( $\beta^1$ ) = 0,618 artinya menunjukkan besarnya pengaruh potensi agrowisata terhadap kepuasan wisatawan tetap (tidak berubah), maka apabila potensi agrowisata dikembangkan satu satuan akan meningkatkan kepuasan wisatawan sebesar 0,618.
- 2) Nilai koefisien regresi pada variabel Kondisi Lingkungan ( $\beta^2$ ) = 0,118 artinya bahwa besarnya pengaruh kondisi lingkungan terhadap kepuasan wisatawan tetap (tidak berubah), yang berarti bahwa kondisi lingkungan dipelihara dengan baik maka hanya akan meningkatkan kepuasan wisatawan sebanyak 0,118.

Tabel 4.22

Hasil Anova Analisis Jalur Model 1

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	167.677	2	83.838	49.796	.000 <sup>a</sup>
	Residual	163.313	97	1.684		
	Total	330.990	99			

a. Predictors: (Constant), Kondisi Lingkungan, Potensi Agrowisata

b. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Hipotesis:

$H_0$  = Model rantai kausal tidak linear

H1 = Model rantai kausal linear

Berdasarkan tabel 4.22 tabel ANOVA digunakan untuk mengetahui apakah model rantai kausal tersebut linear atau tidak. Pada tabel tersebut nilai Signifikansinya adalah  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak. Artinya model rantai SX kausal tersebut linear.

Pada model struktural yang ke 2 dalam analisis jalur yaitu pengaruh Potensi Agrowisata, Kondisi Lingkungan dan Kepuasan Wisatawan terhadap Loyalitas Wisatawan di Wisata Agro Jollong adalah sebagai berikut:

Tabel 4.23  
Hasil Coefficient Analisis Jalur Model 2

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.133	1.099		.904
	Potensi Agrowisata	.049	.122	.044	.688
	Kondisi Lingkungan	.369	.108	.328	.001
	Kepuasan Wisatawan	.576	.099	.517	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Wisatawan

Berdasarkan tabel 4.23, tabel *Coefficient* dapat diambil persamaan yaitu:

$$Y_2 = 0,133 + 0,044.X_1 + 0,328.X_2 + 0,517.Y_1 + e_2$$

Untuk mendapatkan nilai  $e_2$  dapat dilihat melalui tabel Koefisien Determinasi dengan melihat Model Summary pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.24  
Hasil Model Summary Uji Analisis Jalur Model 2

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.793 <sup>a</sup>	.629	.618	1.260

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Wisatawan, Kondisi Lingkungan, Potensi Agrowisata

b. Dependent Variable: Loyalitas Wisatawan

Berdasarkan tabel 4.24, tabel model *Summary*, nilai R Square atau koefisien determinasi adalah 0,629 atau 62,9%. Nilai tersebut menunjukkan besarnya pengaruh variabel potensi agrowisata, kondisi lingkungan dan kepuasan wisatawan terhadap loyalitas wisatawan adalah 62,9%. Hal itu menunjukkan bahwa besarnya pengaruh



variabel lain sebesar  $100\% - 62,9\% = 37,1\%$  atau 0,371 maka nilai  $e^2 = \sqrt{1-0,629} = 0,609$ . Sehingga dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y_2 = 0,133 + 0,044.X_1 + 0,328.X_2 + 0,517.Y_1 + 0,609$$

Oleh karena itu dapat diartikan bahwa constanta sebesar 0,133 dapat dikatakan bahwa apabila variabel independen dianggap konstan maka rata-rata terealisasi loyalitas wisatawan di Wisata Agro Jollong sebesar 0,133 atau apabila  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $Y_1$  adalah nol, maka variabel  $Y_2$  akan konstan yaitu sebesar 0,133. Oleh karena itu dapat diambil kesimpulan bahwa:

- 1)  $\beta^1 = 0,044$ , hal ini menunjukkan besarnya pengaruh potensi agrowisata terhadap loyalitas wisatawan. Artinya bahwa apabila potensi agrowisata dikembangkan satu satuan maka hanya akan meningkatkan loyalitas wisatawan sebanyak 0,044.
- 2)  $\beta^2 = 0,328$ . Hal ini menandakan bahwa besarnya pengaruh kondisi lingkungan terhadap loyalitas wisatawan tetap (tidak berubah), yang berarti bahwa apabila kondisi lingkungan dikelola dengan baik, maka akan meningkatkan loyalitas wisatawan sebanyak 0,328.
- 3)  $\beta^3 = 0,517$ . Sehingga dapat diketahui besarnya pengaruh kepuasan wisatawan terhadap loyalitas wisatawan tetap (tidak berubah). Yang berarti bahwa apabila kepuasan wisatawan bertambah satu satuan maka akan meningkatkan loyalitas wisatawan sebanyak 0,517.

Tabel 4.25

Hasil Anova Analisis Jalur Model 2

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	258.978	3	86.326	54.356	.000 <sup>a</sup>
	Residual	152.462	96	1.588		
	Total	411.440	99			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Wisatawan, Kondisi Lingkungan, Potensi Agrowisata

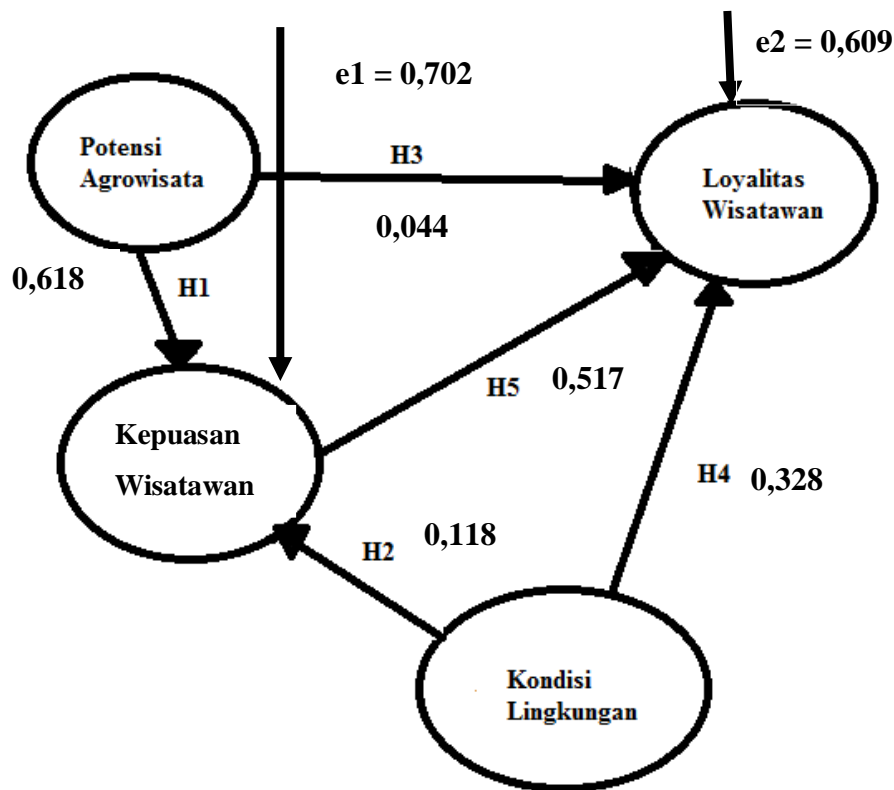
b. Dependent Variable: Loyalitas Wisatawan

Hipotesis:

$H_0$  = Model rantai kausal tidak linear

$H_1$  = Model rantai kausal linear

Berdasarkan tabel 4.25, tabel ANOVA digunakan untuk menguji apakah model rantai kausal tersebut linear atau tidak. Hasil pengujian mendapatkan hasil nilai Signifikansi sebesar  $0,000 < \alpha$ , maka  $H_0$  ditolak. Jadi model rantai kausal tersebut linear.



Berdasarkan hasil analisis jalur pada model struktural 1 dan model struktural 2 dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Potensi Agrowisata (X1) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y1). Berdasarkan hasil uji t atau secara parsial dapat dianalisis bahwa nilai t hitung > t tabel sebesar  $5,664 > 1,661$  dan nilai signifikansi pada uji t sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa Potensi Agrowisata (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y1).
2. Pengaruh Kondisi Lingkungan (X2) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y1). Berdasarkan hasil analisis jalur diatas diperoleh nilai t hitung < t tabel yaitu sebesar  $1,084 < 1,661$  dan nilai signifikansi Kondisi Lingkungan (X2) sebesar  $0,281 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kondisi Lingkungan (X2) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y1).
3. Pengaruh Potensi Agrowisata (X1) terhadap Loyalitas Wisatawan (Y2). Berdasarkan hasil analisis uji t diatas diperoleh t hitung < t tabel sebesar  $0,403 < 1,661$  dan nilai signifikasinya sebesar  $0,688 > 0,05$ . Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat pengaruh dan tidak signifikan antara Potensi Agrowisata (X1) terhadap Loyalitas Wisatawan (Y2).

4. Pengaruh Kondisi Lingkungan (X2) terhadap Loyalitas Wisatawan (Y2). Berdasarkan hasil analisis uji t di atas diperoleh nilai t hitung  $>$  t tabel yaitu sebesar  $3,430 > 1,661$  dan diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kondisi Lingkungan (X2) terhadap Loyalitas Wisatawan (Y2).
5. Pengaruh Kepuasan Wisatawan (Y1) terhadap Loyalitas Wisatawan (Y2). Berdasarkan hasil analisa dari uji t di atas diperoleh nilai t hitung  $>$  t tabel sebesar  $5,842 > 1,661$  dan diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa secara langsung terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kepuasan Wisatawan (Y1) terhadap Loyalitas Wisatawan (Y2).
6. Pengaruh Potensi Agrowisata (X1) melalui Kepuasan Wisatawan (Y1) terhadap Loyalitas Wisatawan (Y2): diketahui pengaruh langsung yang diberikan X1 terhadap Y2 sebesar 0,044. Sedangkan pengaruh tidak langsung X1 melalui Y1 terhadap Y2 adalah perkalian antara nilai beta X1 terhadap Y1 dengan nilai beta Y1 terhadap Y2 yaitu  $0,618 \times 0,517 = 0,937$ . Maka pengaruh total yang diberikan X1 terhadap Y2 adalah pengaruh langsung di tambah pengaruh tidak langsung yaitu:  $0,044 + 0,937 = 0,981$ . Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,044 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,981 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung, hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung X1 melalui Y1 mempunyai pengaruh signifikan terhadap Y2.
7. Pengaruh Kondisi Lingkungan (X2) melalui Kepuasan Wisatawan (Y1) terhadap Loyalitas Wisatawan (Y2): diketahui pengaruh langsung yang diberikan X2 terhadap Y2 sebesar 0,328. Sedangkan pengaruh tidak langsung X2 melalui Y1 terhadap Y2 adalah perkalian antara nilai beta X2 terhadap Y1 dengan nilai beta Y1 terhadap Y2 yaitu  $0,118 \times 0,517 = 0,061$ . Maka pengaruh total yang diberikan X2 terhadap Y2 adalah pengaruh langsung di tambah pengaruh tidak langsung yaitu:  $0,118 + 0,061 = 0,179$ . Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,328 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,061 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung, hasil ini menunjukkan bahwa secara langsung X2 melalui Y1 mempunyai pengaruh signifikan terhadap Y2.

#### **4.6 Hasil dan Pembahasan**

Hasil dari penelitian yang menggunakan sampel 100 orang responden untuk mengetahui pengaruh antar variabel dalam penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian meliputi variabel Potensi Agrowisata (X1) variabel Kondisi Lingkungan (X2) dan variabel Kepuasan Wisatawan (Y1) terhadap Loyalitas Wisatawan (Y2) pada Wisata Agro Jollong. Dari 100 kuesioner yang disebar dan dilakukan uji penelitian yaitu berupa uji validitas, semua item dalam kuesioner dinyatakan valid dengan hasil  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Sedangkan untuk membuktikan bahwa variabel yang digunakan tersebut reliabel, maka peneliti menggunakan uji reliabilitas dengan ketentuan nilai  $Alpha\ Cronbach > 0,60$ . Dan dari uji tersebut membuktikan bahwa semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel. Sedangkan pada Uji R (Koefisien Determinasi) bahwa Pengaruh Potensi Agrowisata (X1) Kondisi Lingkungan (X2) dan Kepuasan Wisatawan (Y1) terhadap Loyalitas Wisatawan (Y2) Pada Wisata Agro Jollong nilai R Square sebanyak 0,629 yang menunjukkan bahwa variabel potensi agrowisata, kondisi lingkungan dan kepuasan wisatawan memiliki kontribusi sebesar 62,9% menunjukkan bahwa pengaruh variabel Potensi Agrowisata (X1) Kondisi Lingkungan (X2) dan kepuasan wisatawan (Y1) terhadap Loyalitas Wisatawan (Y2) memiliki kontribusi 62,9 % dan 37,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hary Hermawan (2017) loyalitas wisatawan melalui kepuasan wisatawan dapat dipengaruhi oleh daya tarik wisata, keselamatan dan sarana wisata. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Eny Sulistyowati dan Sobirin Maliyan (2015) yang mempengaruhi loyalitas wisatawan melalui kepuasan wisatawan yaitu kualitas layanan. Dalam penelitian ini ketika dilakukan uji F atau secara simultan memperoleh nilai F hitung yaitu sebesar  $54,356 > 2,14$  dan nilai signifikansinya yaitu sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh secara simultan antara variabel Potensi Agrowisata (X1), Kondisi Lingkungan (X2), dan Kepuasan Wisatawan (Y1) terhadap Loyalitas Wisatawan (Y2). Uji t dalam penelitian ini berdasarkan hipotesis dapat diketahui bahwa:

- H1 = Potensi Agrowisata (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y1)

Dari hasil uji t, variabel Potensi Agrowisata jumlah nilai t hitung sebesar 5,664 yang menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $5,664 > 1,661$ . Sedangkan untuk nilai signifikansinya sebesar  $0,000 < 0,05$ . Ini berarti variabel potensi agrowisata (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y1).

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ajeng Fitri Nurlestari (2016) yang berjudul Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang

Wisatawan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor. Bahwa agrowisata yang diakategorikan sebagai salah satu jenis wisata yang memiliki daya tarik wisata alam (*Natural Attraction*) dan memiliki daya tarik wisata yang dikelola khusus oleh pemerintah (*Managed Visitor Attraction*). Dan dalam penelitian ini daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Di Wisata Agro Jollong potensi agrowisata sudah dikelola dan dikembangkan dengan baik sehingga wisatawan yang berkunjung merasa puas dengan penyajian potensi agrowisata di Wisata Agro Jollong. Di tempat tersebut juga penyajian potensi agrowisata sudah sesuai apa yang diinginkan wisatawan seperti mereka bisa mengetahui jenis-jenis tumbuhan langka, bisa memetik buah jeruk dan buah naga secara langsung dan bisa mengetahui cara budidaya bunga krisan. Sehingga potensi agrowisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

- H2 = Kondisi Lingkungan (X2) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y1)

Berdasarkan hasil penelitian ini menghasilkan nilai  $t$  hitung  $< t$  tabel yaitu sebesar  $1,084 < 1,661$  dan nilai signifikansinya sebesar  $0,281 > 0,05$ . Dari hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kondisi lingkungan berpengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosita, Sri Marhanah, dan Woro Hanoum Wahadi (2016) yang berjudul Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. Bahwa kondisi lingkungan dapat berupa kualitas pelayanan, keadaan fasilitas dan pemeliharaan lingkungan di tempat wisata yang nantinya akan memberikan rasa nyaman dan terpenuhinya harapan wisatawan. Dalam penelitian ini kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Kebersihan lingkungan di Wisata Agro Jollong masih kurang diperhatikan. Karena di sekitar tempat wisata tersebut masih banyak daun-daun yang berserakan, toiletnya juga masih kurang dijaga kebersihannya sehingga wisatawan yang berkunjung merasa kurang nyaman dan kurang puas dengan pemeliharaan kondisi lingkungan di Wisata Agro Jollong.

- H3 = Potensi Agrowisata (X1) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Wisatawan (Y2)

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung  $< t$  tabel yaitu sebesar  $0,403 < 1,661$  dan nilai signifikansinya sebesar  $0,688 > 0,05$ . Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel potensi agrowisata berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Wisatawan.

Pada penelitian ini hasilnya bertolak belakang dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hary Hermawan (2017) yang berjudul Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan : Studi Community Based Tourism di Gunung Api Purba Nglanggeran bahwa agrowisata adalah salah satu daya tarik wisata yang memiliki keunikan, keindahan, keaslian, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata, keselamatan, sarana wisata dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Potensi agrowisata di Wisata Agro Jollong berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas wisatawan karena potensi agrowisata yang dikelola dan dikembangkan Wisata Agro Jollong masih belum menunjukkan ciri khas yang membedakan dengan tempat wisata yang lainnya. Sehingga wisatawan yang pernah berkunjung tidak menunjukkan rasa loyalitasnya kepada Wisata Agro Jollong.

- H4 = Kondisi Lingkungan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Wisatawan (Y2)

Berdasarkan hasil penelitian ini nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel yaitu bernilai  $3,430 > 1,661$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kondisi lingkungan positif dan signifikan terhadap Loyalitas Wisatawan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan Eny Sulistyowati dan Sobirin Maliyan (2015) yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Wisatawan Nusantara Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening menunjukkan bahwa pengaruh kualitas layanan termasuk kondisi lingkungan, pengelolaan, dan perawatan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan.

Wisata Agro Jollong terletak di kaki gunung Muria yang udaranya masih asli, sejuk dan alami. Sehingga kondisi lingkungan seperti ini sangat cocok untuk

dijadikan tempat *refreshing* bagi seseorang yang kesehariannya disibukkan dengan berbagai macam kegiatan yang membuat bosan. Oleh karena itu, kondisi lingkungan di Wisata Agro Jollong tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan.

- H5 = Kepuasan Wisatawan (Y1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Wisatawan (Y2)

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel yang bernilai  $5,842 > 1,1661$  dan nilai signifikansinya yaitu sebesar  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Wistawan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Eny Sulistyowati dan Sobirin Maliyan (2015) yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Wisatawan Nusantara Dengan Kepuasan Sebagai variabel Intervening menunjukkan bahwa Kepuasan wisatawan berpengaruh nyata, positif dan sangat kuat terhadap loyalitas wisatawan.

Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ajeng Fitri Nurlestari (2016) yang berjudul Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor. Hasilnya menunjukkan bahwa niat kunjungan ulang yang termasuk dalam indikator loyalitas wisatawan tidak dipengaruhi oleh kepuasan wisatawan.

Kepuasan wisatawan di Wisata Agro Jollong berpengaruh signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Hal tersebut dikarenakan wisatawan yang berkunjung merasakan dan mendapatkan sesuatu yang sesuai dengan apa yang diharapkannya. Oleh karena itu wisatawan akan merasa sangat puas dengan penyajian, pelayanan maupun apa yang didapatkan selama berkunjung di Wisata Agro Jollong.

- H6 = Potensi Agrowisata (X1) secara tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Wisatawan melalui Kepuasan Wisatawan (Y1)

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat didapatkan nilai pengaruh secara langsung sebesar 0,044 dan pengaruh secara tidak langsung sebesar 0,981 yang menunjukkan bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan dengan nilai pengaruh secara langsung, hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung

potensi agrowisata melalui kepuasan wisatawan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas wisatawan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hary Hermawan (2017) yang berjudul Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan : *Studi Community Based Tourism* di Gunung Api Purba Nglanggeran bahwa agrowisata adalah salah satu objek pariwisata yang memiliki daya tarik dan ciri khas tentang keunikannya, keaslian alamnya, keindahannya dan nilai yang mencerminkan keanekaragaman kekayaan alam. Dalam penelitian ini secara simultan bahwa daya tarik wisata, keselamatan, sarana wisata dan kepuasan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Pengaruh potensi agrowisata terhadap loyalitas wisatawan di Wisata Agro Jollong berpengaruh lebih kuat melalui kepuasan wisatawan dibandingkan dengan pengaruhnya secara langsung terhadap loyalitas wisatawan. Hal tersebut dikarenakan potensi agrowisata yang dikembangkan dapat menambah pengetahuan tentang ilmu agronomi. Sehingga apa yang didapatkan oleh wisatawan yang berkunjung dapat memberikan rasa puas yang nantinya wisatawan tersebut tidak segan-segan untuk memberikan rasa loyalitasnya yang mereka miliki. Misalnya merekomendasikan terhadap orang terdekatnya, ikut mempromosikannya melalui sosial media pribadinya, atau bahkan mengunjungi lagi pada lain kesempatan.

- H7 = Kondisi Lingkungan (X2) secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Wisatawan melalui Kepuasan Wisatawan (Y1)

Hasil yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan peneliti, dapat diketahui bahwa nilai pengaruh secara langsung sebesar 0,328 dan nilai pengaruh secara tidak langsung sebesar 0,061. Hal ini menunjukkan bahwa nilai pengaruh secara langsung lebih besar daripada dengan nilai pengaruh secara tidak langsung, hasil ini menunjukkan bahwa secara langsung melalui kepuasan wisatawan kondisi lingkungan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas wisatawan.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Asya Hanif, Andriani Kusumawati dan M. Kholid Mawardi (2016) yang berjudul Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu) bahwa lingkungan alam yang termasuk menjadi salah satu dimensi citra kognitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan melalui kepuasan wisatawan. Wisatawan yang



mempunyai kesan-kesan positif terhadap Kota Batu akan merasakan kepuasan yang lebih sehingga membuat wisatawan tersebut menjadi loyal pada destinasi pariwisata di Kota Batu yang mereka kunjungi.

Kondisi lingkungan di Wisata Agro Jollong secara langsung berpengaruh lebih kuat terhadap loyalitas wisatawan dibandingkan melalui kepuasan wisatawan dikarenakan kondisi alami lingkungan di Wisata Agro Jollong sangat cocok untuk dijadikan tempat wisata yang dapat memberikan kenyamanan terhadap wisatawan yang sedang berkunjung. Sehingga ketika apa yang diharapkan wisatawan pada Wisata Agro Jollong sebanding dan sesuai dengan apa yang didapatkan, maka wisatawan merasa puas dan akan memberikan loyalitasnya terhadap tempat wisata yang mereka kunjungi. Baik dengan cara merekomendasikan kepada orang lain, mempromosikan melalui sosial media pribadinya atau di lain waktu melakukan kunjungan ulang di tempat wisata tersebut.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Tujuan dilakukan riset ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel potensi agrowisata, variabel kondisi lingkungan terhadap kepuasan wisatawan dan variabel potensi agrowisata, variabel kondisi lingkungan melalui kepuasan wisatawan terhadap loyalitas wisatawan pada Wisata Agro Jollong. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, dapat ditarik kesimpulannya yaitu:

1. Variabel potensi agrowisata berpengaruh secara langsung, positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini berarti pengelolaan potensi agrowisata yang dinikmati wisatawan di Wisata Agro Jollong dikategorikan dalam kualifikasi baik sehingga bisa membuat wisatawan merasa puas ketika berada dalam Wisata Agro Jollong. Oleh karena itu apabila ketika pengelolaan dan pengembangan potensi agrowisata oleh pengelola Wisata Agro Jollong dilakukan secara maksimal, sehingga kepuasan setiap wisatawan juga meningkat.
2. Variabel kondisi lingkungan terhadap kepuasan wisatawan tidak berpengaruh langsung dan tidak signifikan.
3. Pengaruh potensi agrowisata terhadap loyalitas wisatawan tidak berpengaruh secara langsung dan tidak signifikan.
4. Variabel kondisi lingkungan berpengaruh secara langsung, positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Artinya apabila pemeliharaan kondisi lingkungan yang dilakukan secara maksimal akan membuat tingkat loyalitas wisatawan tinggi.
5. Variabel kepuasan wisatawan berpengaruh secara langsung, positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Oleh karena itu jika kepuasan yang dirasakan wisatawan meningkat maka loyalitas wisatawan juga akan meningkat.
6. Pengaruh potensi agrowisata dan loyalitas wisatawan melalui kepuasan wisatawan. memiliki pengaruh yang positif, tidak langsung dan signifikan Artinya potensi agrowisata yang disajikan memuaskan dan dapat memberikan kepuasan wisatawan sehingga loyalitas wisatawan pun meningkat. Begitu juga dengan kondisi lingkungan berpengaruh secara langsung dan positif serta signifikan melalui kepuasan wisatawan terhadap loyalitas wisatawan. Artinya kondisi lingkungan yang dipelihara dan dirawat secara maksimal sehingga kepuasan wisatawan meningkat dan loyalitas wisatawan meningkat pula.

## 5.2 Saran

Dari hasil dan kesimpulan yang telah diambil di atas, penulis memberikan saran-saran yang sekiranya bisa memberikan manfaat bagi semua pihak yang berhubungan dengan penelitian ini. Berikut adalah saran-saran yang dapat disampaikan penulis :

1. Bagi Wisata Agro Jollong

Harus mempertahankan dan mengembangkan potensi agrowisata dan mampu memelihara kualitas lingkungan agar wisatawan puas dan nyaman selama berkunjung dan setelah berkunjung wisatawan akan memberikan loyalitasnya kepada Wisata Agro Jollong.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Dengan keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki penulis, penulis sadar bahwa banyak hal yang masih perlu dikaji mengenai penelitian yang penulis lakukan. Semoga peneliti-peneliti selanjutnya dapat meneliti lebih lanjut dan menambahkan variabel-variabel lain dalam masalah kepuasan dan loyalitas wisatawan.

## 5.3 Penutup

Alhamdulillah wasyukurillah penulis selalu bersyukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini hingga selesai. Shalawat dan juga salam semoga selalu kita lantuntan sebagai wujud cinta kita kepada baginda Rasulullah SAW semoga kita di akhirat nanti mendapatkan syafaatnya dan diakui sebagai ummatnya. Aamiin.... Dan yang terakhir penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak yang berada di sekitar penulis dimana mereka telah membantu terselesaikannya skripsi ini. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi pembaca dan bagi penulis sendiri di masa sekarang dan masa depan. *Aamiin Yaa Rabbal Alamin.*

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Mujiono. *Fiqh Lingkungan*, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan YKPN, 2005.
- Abdillah, Mujiono. *Epistimologi Syara`mencari format baru Fiqh Indonesia*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2000.
- Abta, Asyhari. *Fiqh Lingkungan*, Jakarta: Gema Insani Press, 2006.
- Al-Qardhawi, Yusuf. *Ri'ayah al-Bi'ah fiy Syari'ah al-Islam*, Kairo: Dar al-Syuruq, 2001.
- Amalia, Tharra. *Pengaruh Lingkungan Fisik Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan di Museum Daerah Sang Nila Utama Kota Pekanbaru*, JOM Fekon, Vol.4, No.1 Februari, 2017.
- Arifin, Zainal. Hasibuan. *Metodologi Penelitian Pada Bidang Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi*, Jakarta: Fasikom Universitas Indonesia, 2007
- Augusty, Ferdinand. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2006.
- Brahmanto, Erlangga, dkk. *Strategi Pengembangan Kampung Batu Malakasari Sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus*, Jurnal Media Wisata, Volume 15, Nomor 2, November 2017.
- Bramson, Robert. *Customer Loyalty* , Jakarta: Prestasi Pustaka, 2005.
- Bunging, Burhan. *Metodelogi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, Jakarta: Prenada Media Group, 2013.
- Chapra, Umar. *Islam dan Tantangan Ekonomi*, Jakarta: The Islamic Foundation, 1999.
- CNN Indonesia. *Menghitung Kontribusi Sektor Pariwisata Bagi Ekonomi RI*, diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200226121314-532-478265/menghitung-kontribusi-sektor-pariwisata-bagi-ekonomi-ri>, pada tanggal 10 Januari 2021 pukul 19.33.
- Darmawan, Darwis. Siti Fadjarajani. *Hubungan Antara Pengetahuan Dansikap Pelestarian Lingkungan Dengan Perilaku Wisatawan Dalam Menjaga Kebersihan Lingkungan (Studi Di Kawasan Objek Wisata Alam Gunung Galunggung Desa Linggajati Kecamatan Sukaratu Kabupaten Tasikmalaya)*, Jurnal Geografi, Volume 4 Nomor 1, April 2016.
- Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Ernaldi, Edgardi Muhammad. *Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata Perkebunan Teh Gunung Mas PTPN VIII Bogor*, Bogor: Institit Pertanian Bogor, 2010.
- Fikri, Dimas Andhika, *Okezone TV: Tingkatkan Daya Saing Pariwisata, Kemenparekraf Perkuat Sinergi*, diakses dari <https://travel.okezone.com/read/2020/06/09/406/2226820/tingkatkan-daya-saing-pariwisata-kemenparekraf-perkuat-sinergi> pada tanggal 21 Agustus 2021 pukul 08.05.

- Firdausi, Novian Abdi dan Sri Herrianingrum. *Prinsip Ekonomi Islam Dan Implementasinya Dalam Keuangan Rumah Sakit (Studi Kasus Pada RS Siti Khodijah Muhammadiyah Cabang Sepanjang Sidoarjo)*, Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, Vol. 7 No. 2, 2020.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BP UNDIP, 2009.
- Ghozali, Imam. *Model Persamaan Structural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS Ver. 5.0*, Semarang: BP UNDIP.
- Gulo, W. *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002.
- Gunawijaya, Rahmat. *Kebutuhan Manusia dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis Dan Ekonomi Islam*, Al-Maslahah—Volume 13 Nomor 1 April 2017.
- Handayani, Titik. *Portofolio Analisis SWOT Agro Wisata Jollong*, Sekolah Tinggi Agama Islam Pati, 2020.
- Harahap, Kurnia Alam Syah Effendy. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi terhadap kepuasan Wisatawan Di Museum Ronggowarsito Semarang*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro, 2014.
- Hendryadi, Suryani. *Metode Riset Kuantitatif*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Hermawan, Hary. *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan : Studi Community Based Tourism Di Gunung Api Purba Nglanggeran*, Jurnal Media Wisata, Volume 15, Nomor 1, Mei 2017.
- Indrawan, Rully dan Poppy Yaniawati. *Metodelogi Penelitian*, Bandung: PT Refika Aditama, 2014.
- Isdarmanto. *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata* Yogyakarta: Gerbang Media Aksara dan StiPrAm, 2017.
- Jill, Griffin. *Customer loyalty*, Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2003.
- Johan, Suwinto. *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu ISBN, 2011.
- K.J., Preacher, Rucker D.D. and Hayes A.F. *Addressing Mediation Hypothesis: Theory, Methods and Prescriptions*, Multivariate Behavioral Research: Lawrence Erlbaum Associates, 2007.
- Kalebos, Fatmawati. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan yang Berkunjung ke Daerah Wisata Kepulauan*, Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen, Vol. 4, No.3, Edisi Khusus Pemasaran & Keuangan, 2016.
- Kerlinger. *Asas–Asas Penelitian Behaviour*. Edisi 3, Cetakan 7, Yogyakarta:Gadjah Mada University Press, 2006.
- Kotler, dkk. *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan pengendalian(Edisi pertama)*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.

- Kotler, P., & Keller, K.L. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Erlangga, 2009.
- Kusumawardhani, Yuviani. *Kajian 14 Pillar Pada Travel And Tourism Competitiveness Index (Ttci) Sebagai Indikator Daya Saing Pariwisata Suatu Negara*, Tourism Scientific Journal Volume 6 Nomor 1, Desember 2020.
- Lupiyoadi, Rambat. Ridho Bramulya Ikhsan. *Pratikum Metode Riset dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2015.
- Masatip, Anwari Dan Ersy Ervina. *Hubungan Antara Kepuasan Atribut Jasa Dan Loyalitas Wisatawan Pada Makanan Tradisional Sunda Di Kota Bandung* Jurnal Kepariwisata Indonesia Vol. 9 No. 2 Juni 2014 ISSN 1907 – 9419.
- Mustafa EQ, Zainal. *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Muzha, Vianda Kushardianti. Heru Ribawanto. Minto Hadi. *Pengembangan Agrowisata Dengan Pendekatan Community Based Tourism (Studi Pada Dinas Pariwisata Kota Batu Dan Kusuma Agrowisata Batu)*, Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol 1, No.3.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2011.
- Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Nurani, R. W. Roessali dan T. Ekowatipariwisata. *Strategi Pengembangan Agrowisata Jollong di Kabupaten Pati* , Vol. 7 No. 2, September 2020.
- Nurlestari, Ajeng Fitri. *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor*, Jurnal Pariwisata, 2016.
- Nurmala, Tati, dkk. *Pengantar Ilmu Pertanian*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Palit, Ireine Gratia, Celcius Talumingan, Grace A.J. Rumagit. *Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Rurukan*, Jurnal Agri-SosioEkonomi Unsrat, Volume 13, Nomor 2A Juli, 2017.
- Pamulardi, Bambang. *Pengembangan Agrowisata Berwawasan Lingkungan (Studi Kasus Desa Wisata Tingkir, Salatiga)*, Tesis Program Magister Ilmu Lingkungan Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang, 2006.
- Preacher K.J., Rucker D.D. and Hayes A.F. *Addressing Mediation Hypothesis: Theory, Methods and Prescriptions*.
- Priyanto, Sabda Elisa. *Dampak Perkembangan Pariwisata Minat Khusus Snorkeling Terhadap Lingkungan: Kasus Destinasi Wisata Karimunjawa*, Jurnal Kepariwisata Volume 10, Nomor 3, September 2016.
- Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Sidoarjo: Zifatma Publishing, 2008.
- Quthb, Sayyid. *Tafsir Fi Dzilalil Qur'an, Jilid 7*, Jakarta : Gema Insani, 2012.
- R.M, Baroon and Kenny, D. A. *The Moderator Variable Distinction In Social Psychological Research: Conceptual Strategic and Statistical Considerations*, Journal of Personality and Social Psychologi. Vol. 51, No. 6, Americal Pshcological Association

- Rambat, Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek* (Jakarta: PT salemba Empat, 2004.
- Retnoningsih, Endang. *Dampak Pengelolaan Wisata Agro Terhadap Kehidupan Sosial Dan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus: Kebun Teh Kaligua Desa Pandansari Kab Brebes Jawa Tengah)*, Jurnal Khasanah Ilmu, Vol. IV, No. 1 Maret, 2013.
- Rosita, dkk. *Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta*, Jurnal Manajemen Resort dan Leisure Vol.13, No.1, April 2016.
- Saleh, Muhammad. *Public Service Communications*, Malang: UM Press, 2010.
- Sari, Dhanik Puspita. *Peran Wisatawan Domestik Dalam Wisata Menyelam Di Indonesia, Bogor Hospitality*, Journal Vol. 1 No. 1 – Juli 2017.
- Sarjono, Haryad' i dan Winda Julianita. *SPSS vs LISREL: Sebuah Aplikasi untuk Riset*, Jakarta: Salemba Empat , 2011.
- Setiawan, Joni, Muhammad Ridha Siregar. *Loyalitas Wisatawan Terhadap Kota Banda Aceh Sebagai Destinasi Wisata Halal Indonesia Dengan Kepuasan Wisatan Sebagai Mediasi*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen, Volume 3, Nomor 1, Februari 2017.
- Shihab, Quraish. *Membumikan al-Qur`an sebagai Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan masyarakat*, Bandung: Mizan, 1996.
- Shihab, Quraish. *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Quran, Volume 1*, Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Sihombing, Henry. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta : Penerbit Kencana, 2004.
- Sinambela, Lijan Poltak. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Siswantoro, Hariadi. *Tesis: Kajian Daya Dukung Lingkungan Wisata Alam Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Kabupaten Karanganyar*, Semarang : Universitas Diponegoro, 2012.
- Siyoto, Sandu, M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Suharsimi, Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rianeka Cipta, 2006.
- Sulistiyani, Endang. *Membangun Loyalitas Wisatawan Melalui Peningkatan Kualitas Obyek Wisata, Promosi dan Kepuasan Wisatawan di Kawasan Wisata Tawangmangu Karanganyar*, Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora, Vol. 10, No. 3 Desember, 2010.
- Sulistyowati, Eny, Sobirin Maliyan. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Wisatawan Nusantara Dengan Kepuasan Wisatawan Nusantara Sebagai Variabel Intervening*, Jurnal Maksipreneur, Vol. IV, No. 2 Desember, 2015.

- Sulthoni, Hasan. *Perilaku Konsumen Dalam Perfekif Ekonomi Islam: Teori Dan Praktek*, Jurnal Ekonomi Syariah STAI Muhammadiyah Tulungagung Volume II Nomor 2, 2015.
- Suwena, I ketut, I Gusti Ngurah widyatmaja. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata* Denpasar : Pustaka Larasan dan Fakultas Pariwisata Universitas Udayana, 2017.
- Syaltout, Mahmud. *Islam Aqidah wa al-Syari`ah*, Kairo: Dar al-Qalam,1966.
- Thabathaba'i, 'Allamah Sayid Muhammad Husain. *Tafsir Al-Mizan*, Jakarta: Lentera, 2011.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset, 2014.
- Ulfah, Irma Fitriana, Andi Setiawan, Alfiyatur Rahmawati. *Pembangunan Desa Berbasis Potensi Lokal Agrowisata di Desa Bumiaji Kota Batu Jawa Timur*, Jurnal Politik Indonesia: Indonesian Political Science Review 2 (1), Januari 2017.
- Widodo. *Metodologi Penelitian Populer & praktis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017.
- Yusup, Febrianawati. *Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif*, Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan, Vol. 7, No. 1, Juni 2018.
- Zulganef. *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.



## LAMPIRAN

### Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

#### Kuesioner Penelitian Skripsi

#### **Pengaruh Potensi Agrowisata dan Kondisi Lingkungan Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Kasus : Wisata Agro Jollong Kec. Gembong kab. Pati)**

#### **I. Identitas Responden**

Nama : .....

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Umur : ..... Tahun

Asal : .....

Pekerjaan : .....

#### **II. Petunjuk Pengisian Angket**

Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom yang tersedia sesuai yang saudara/saudari pilih berdasarkan keadaan anda sebenarnya, dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

**SS ( Sangat Setuju) : nilai 4**

**S (Setuju) : nilai 3**

**TS (Tidak Setuju) : nilai 2**

**STS (Sangat Tidak Setuju) : nilai 1**

#### **III. Pernyataan**

##### **A. Potensi Agrowisata (X1)**

No.	Pernyataan	Kategori Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Pengelolaan obyek Wisata Agro Jollong, Kec.Gembong, Kab.Pati berbasis edukasi tentang pertanian dan peternakan				
2.	Potensi agrowisata di Wisata Agro Jollong, Kec.Gembong, Kab.Pati memberikan dampak positif bagi wisatawan				
3.	Potensi agrowisata di Wisata Agro Jollong,				

	Kec.Gembong, Kab.Pati menambah wawasan bagi wisatawan				
4.	Wisata Agro Jollong, Kec.Gembong, Kab.Pati dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar				

### B. Kondisi Lingkungan (X2)

No.	Pernyataan	Kategori Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Lingkungan Wisata Agro Jollong, Kec.Gembong, Kab.Pati bersih dan nyaman				
2.	Kondisi lingkungan Wisata Agro Jollong, Kec.Gembong, Kab.Pati masih asli				
3.	Kondisi lingkungan Wisata Agro Jollong, Kec.Gembong, Kab.Pati dirawat dengan baik				
4.	Lingkungan Wisata Agro Jollong, Kec.Gembong, Kab.Pati cocok untuk wisata keluarga yang ramah dengan anak-anak				

### C. Kepuasan Wisatawan (Y1)

No.	Pernyataan	Kategori Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya merasa puas dengan potensi agrowisata yang disajikan di Wisata Agro Jollong, Kec.Gembong, Kab.Pati karena sesuai dengan harapan saya				
2.	Saya merasa puas dengan kondisi lingkungan di Wisata Agro Jollong, Kec.Gembong, Kab.Pati karena sesuai dengan harapan saya				
3.	Saya merasa bahwa Wisata Agro Jollong, Kec.Gembong, Kab.Pati memiliki reputasi yang baik				

<b>4.</b>	Pelayanan dan fasilitas di Wisata Agro Jollong, Kec.Gembong, Kab.Pati sangat memuaskan				
-----------	--	--	--	--	--

#### **D. Loyalitas Wisatawan (Y2)**

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Kategori Jawaban</b>			
		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
<b>1.</b>	Saya akan berkunjung kembali ke Wisata Agro Jollong, Kec.Gembong, Kab.Pati				
<b>2.</b>	Saya akan memberi rekomendasi kepada orang lain untuk berkunjung ke Wisata Agro Jollong, Kec.Gembong, Kab.Pati				
<b>3.</b>	Saya merasa bahwa Wisata Agro Jollong, Kec.Gembong, Kab.Pati memiliki reputasi yang baik				
<b>4.</b>	Saya akan mempromosikan Wisata Agro Jollong, Kec.Gembong, Kab.Pati melalui media sosial saya				

## Lampiran 2: Surat Ijin Penelitian



### PT PERKEBUNAN NUSANTARA IX

Nomor : SDM.00/449/9.5SM/2021  
Lamp. : -----  
Perihal : Ijin Penelitian

Semarang, 31 Mei 2021

Kepada Yth :  
Wakil Dekan  
Bidang Akademik dan Kelembagaan  
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang  
di – Tempat

Sesuai surat Saudara Nomor : B-775/Un.105/DI/PP.00.9/05/2021 perihal Permohonan Surat Ijin Riset/ Penelitian, dengan ini diberitahukan bahwa:

1. Kami dapat menyetujui permintaan Penelitian bagi mahasiswa Saudara, yaitu :

No	Nama	NIM	Program Studi
1.	Liyal Ulya	1705026069	S1-Ekonomi Islam

Untuk melakukan Penelitian di Kebun Jollong PT Perkebunan Nusantara IX dengan Judul :  
“Pengaruh Potensi Agrowisata Dan Lingkungan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan”

Waktu pelaksanaan selama 5 Hari yaitu mulai tanggal : 9 Juni s.d 13 Juni 2021

2. Selama melakukan Penelitian, yang bersangkutan diwajibkan menaati ketentuan-ketentuan sebagai berikut :

- 2.1. Sesuai SK Direksi Nomor : SKP.00 / 141 / 9.7SM / 2018 tanggal 10 April 2018 tentang Penyempurnaan Pertama SOP Perizinan Kunjungan, Riset/ Penelitian Dan PKL PTPN IX Divisi Tanaman Tahunan, maka setiap mahasiswa dikenakan biaya pembimbingan lapangan sebesar Rp. 150.000,- (Seratus lima puluh ribu rupiah) dan dapat dibayarkan langsung ke Kebun Jollong.
- 2.2. Semua biaya yang berhubungan dengan pelaksanaan Penelitian menjadi beban mahasiswa yang bersangkutan.
- 2.3. Dalam keadaan masa Pandemi Covid-19 sekarang ini, seluruh kegiatan Penelitian meliputi permintaan data, dokumen, dan lain-lain yang diperlukan mahasiswa dioptimalkan untuk dilaksanakan melalui sistem daring, namun apabila tetap harus dilakukan langsung di lapangan maka kegiatan penelitian diperbolehkan dilaksanakan melalui tatap muka tetapi wajib menjalankan protokol kesehatan pencegahan Covid-19.
- 2.4. Mahasiswa yang melaksanakan Penelitian diwajibkan mentaati semua peraturan / tata-tertib yang berlaku di Perusahaan.
- 2.5. Direksi PT. Perkebunan Nusantara IX Semarang dan Unit/Bagian tempat Penelitian agar dapat diberi masing-masing 1 buah Laporan hasil Penelitian yang dibuat oleh mahasiswa yang bersangkutan dalam bentuk hardcopy dan softcopy/CD dan diserahkan ke Bagian SDM Kantor Direksi Semarang.
- 2.6. Semua data yang diberikan oleh Perusahaan dalam rangka penyusunan Laporan Penelitian tidak diizinkan untuk dipublikasikan dalam bentuk apapun.
- 2.7. Mahasiswa diminta untuk dapat menunjukkan Surat Keterangan Bebas Covid-19 (minimal Rapid Antigen) H-2 sebelum pelaksanaan kegiatan penelitian.
- 2.8. Jika dipandang perlu Surat Izin Penelitian ini sewaktu-waktu dapat dicabut atau diubah dan mahasiswa yang bersangkutan tidak dapat menuntut ganti rugi berupa apapun kepada Perusahaan.
- 2.9. Untuk informasi selanjutnya terkait dengan kegiatan Penelitian, saudara diminta untuk menghubungi Sdr. Budi Triyono dengan no kontak 0895396237860.

Demikian untuk menjadikan maklum.

PT. PERKEBUNAN NUSANTARA IX

Bagian SDM  
  
YUDHI PURNOMO  
Kepala Bagian

Tindakan :  
1. Mahasiswa Ybs;  
2. Jollong  
3. Arsip

AKHLAK -- Amanah Kompeten Harmonis Loyal Adaptif Kolaboratif  
Jl. Mugas Dalam (Atas) Semarang 50243, phone: 024.8414635, fax: 024.8449082, 8415408, email: ptpnixsm@ptpnix.co.id  
Website: www.ptpnix.co.id

Lampiran 3 : Tabulasi Pengolahan Data Responden

No	Potensi Agrowisata				Total	Kondisi Lingkungan				Total	Kepuasan Wisatawan				Total	Loyalitas Wisatawan				Total
	A	B	C	D		A	B	C	D		A	B	C	D		A	B	C	D	
1	3	4	4	4	15	4	4	3	4	15	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16
2	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
3	3	4	3	3	13	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
4	4	4	4	4	16	4	3	3	4	14	4	4	4	3	15	4	3	4	3	14
5	2	3	3	4	12	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
6	2	3	3	4	12	3	3	4	3	13	3	3	4	4	14	3	3	4	3	13
7	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
8	4	4	4	4	16	3	3	3	4	13	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
9	3	4	4	3	14	4	4	4	4	16	3	3	4	3	13	3	3	4	3	13
10	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	3	3	4	3	13	4	4	4	3	15
11	4	3	2	4	13	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
12	4	4	3	4	15	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15
13	3	3	3	3	12	3	4	4	4	15	3	3	4	3	13	4	4	4	4	16
14	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	2	11
15	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	4	4	14
16	3	3	3	4	13	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12	4	3	3	3	13
17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
18	3	4	4	4	15	3	3	3	4	13	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16
19	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
20	3	4	4	3	14	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15
21	3	4	3	3	13	4	3	4	3	14	2	3	3	2	10	3	2	2	2	9
22	3	3	3	3	12	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12	3	3	4	4	14
23	4	4	4	4	16	4	3	4	3	14	4	4	4	4	16	4	3	4	3	14
24	4	3	4	4	15	3	4	3	4	14	3	4	4	4	15	4	4	3	4	15
25	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15	3	3	4	4	14	4	4	4	4	16
26	3	3	3	4	13	4	3	3	3	13	3	3	3	3	12	3	4	4	4	15
27	3	3	4	3	13	3	2	3	3	11	4	4	3	3	14	3	3	4	3	13
28	3	2	3	3	11	3	3	2	3	11	3	2	2	2	9	2	2	2	2	8
29	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
30	2	3	3	4	12	4	3	3	4	14	3	3	3	3	12	3	4	3	4	14
31	3	4	4	4	15	4	4	3	4	15	3	3	3	3	12	4	3	3	2	12
32	4	3	3	2	12	3	3	3	4	13	3	3	3	2	11	2	3	2	3	10
33	3	3	3	3	12	4	3	3	3	13	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
34	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	3	4	13	3	3	4	3	13
35	4	3	4	4	15	3	3	3	4	13	3	3	3	4	13	3	4	3	4	14
36	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
37	3	3	4	3	13	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
38	4	3	4	4	15	3	4	3	4	14	4	3	3	4	14	4	3	3	4	14
39	2	4	3	3	12	3	3	4	2	12	3	2	3	3	11	3	4	4	3	14
40	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15
41	2	3	3	4	12	3	2	3	3	11	3	3	3	3	12	3	3	3	2	11
42	2	3	2	3	10	3	2	3	3	11	3	3	3	2	11	2	3	3	2	10
43	3	4	4	4	15	4	3	4	4	15	3	4	4	3	14	4	3	4	3	14

44	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
45	3	4	3	3	13	3	4	3	4	14	3	3	3	3	12	4	4	4	3	15
46	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	4	3	14	4	4	4	4	16
47	3	4	3	3	13	4	3	4	4	15	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16
48	3	3	3	3	12	3	3	2	3	11	3	4	4	3	14	3	4	4	3	14
49	1	2	1	2	6	2	1	2	3	8	2	2	2	2	8	1	2	1	2	6
50	3	4	4	4	15	3	3	4	4	14	3	3	4	4	14	4	3	3	4	14
51	4	3	4	4	15	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
52	2	3	3	4	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
53	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	2	11	3	3	3	2	11
54	4	4	4	4	16	4	3	3	4	14	3	3	4	3	13	3	4	4	4	15
55	3	4	4	3	14	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	2	11
56	4	4	3	3	14	4	4	4	4	16	3	3	4	3	13	4	4	3	3	14
57	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	3	3	3	2	11
58	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	4	3	13	4	4	4	3	15
59	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	3	3	4	3	13	4	3	3	3	13
60	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	4	3	3	3	13	4	4	4	3	15
61	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	4	3	4	3	14	4	4	4	3	15
62	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	3	3	4	4	14	4	4	4	3	15
63	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15	4	4	4	3	15	4	4	3	3	14
64	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
65	3	3	3	3	12	3	4	3	3	13	3	3	3	3	12	3	3	4	3	13
66	2	4	3	4	13	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
67	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	4	4	14	4	4	4	3	15
68	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	4	4	4	3	15
69	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	3	3	4	3	13	4	4	4	4	16
70	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
71	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
72	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
73	2	3	3	4	12	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12	3	3	3	2	11
74	3	2	4	3	12	2	3	3	4	12	3	3	4	3	13	4	3	3	3	13
75	4	4	3	3	14	4	3	4	3	14	2	2	3	4	11	3	4	4	2	13
76	4	2	3	2	11	2	3	2	3	10	4	3	3	3	13	3	3	2	3	11
77	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
78	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
79	4	3	3	3	13	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16
80	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
81	4	3	4	4	15	3	4	4	3	14	4	4	3	3	14	4	3	4	3	14
82	3	3	4	3	13	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
83	3	4	4	3	14	4	4	4	4	16	3	3	3	4	13	4	4	4	3	15
84	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
85	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	3	3	14	4	4	4	4	16
86	3	3	3	3	12	3	3	4	3	13	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
87	3	4	3	3	13	4	3	3	3	13	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16
88	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
89	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
90	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
91	3	4	3	3	13	3	4	3	3	13	4	3	3	4	14	3	4	4	3	14
92	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
93	3	4	3	3	13	3	3	3	3	12	4	3	3	3	13	4	4	4	3	15

94	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	4	3	14
95	3	3	4	3	13	4	3	3	3	13	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15
96	4	4	4	4	16	4	3	3	3	13	4	4	4	4	16	3	4	4	3	14
97	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	3	4	14	4	4	4	4	16
98	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15	4	3	3	3	13
99	3	4	4	4	15	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
100	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16

## Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

### Validitas Potensi Agrowisata

		<b>Correlations</b>				
		X1A	X1B	X1C	X1D	Total_X1
X1A	Pearson Correlation	1	.349 <sup>**</sup>	.529 <sup>**</sup>	.311 <sup>**</sup>	.742 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100
X1B	Pearson Correlation	.349 <sup>**</sup>	1	.523 <sup>**</sup>	.471 <sup>**</sup>	.749 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1C	Pearson Correlation	.529 <sup>**</sup>	.523 <sup>**</sup>	1	.555 <sup>**</sup>	.846 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1D	Pearson Correlation	.311 <sup>**</sup>	.471 <sup>**</sup>	.555 <sup>**</sup>	1	.739 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	.742 <sup>**</sup>	.749 <sup>**</sup>	.846 <sup>**</sup>	.739 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

<sup>\*\*</sup>. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Validitas Kondisi Lingkungan

		<b>Correlations</b>				
		X2A	X2B	X2C	X2D	Total_X2
X2A	Pearson Correlation	1	.539 <sup>**</sup>	.641 <sup>**</sup>	.417 <sup>**</sup>	.806 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2B	Pearson Correlation	.539 <sup>**</sup>	1	.618 <sup>**</sup>	.565 <sup>**</sup>	.852 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2C	Pearson Correlation	.641 <sup>**</sup>	.618 <sup>**</sup>	1	.440 <sup>**</sup>	.843 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2D	Pearson Correlation	.417 <sup>**</sup>	.565 <sup>**</sup>	.440 <sup>**</sup>	1	.729 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	.806 <sup>**</sup>	.852 <sup>**</sup>	.843 <sup>**</sup>	.729 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

<sup>\*\*</sup>. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Validitas Kepuasan Wisatawan



**Correlations**

		Y1A	Y1B	Y1C	Y1D	Total_Y1
Y1A	Pearson Correlation	1	.695**	.492**	.467**	.801**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y1B	Pearson Correlation	.695**	1	.649**	.539**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y1C	Pearson Correlation	.492**	.649**	1	.574**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y1D	Pearson Correlation	.467**	.539**	.574**	1	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total_Y1	Pearson Correlation	.801**	.873**	.822**	.794**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### Validitas Loyalitas Wisatawan

**Correlations**

		Y2A	Y2B	Y2C	Y2D	Total_Y2
Y2A	Pearson Correlation	1	.620**	.605**	.540**	.832**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y2B	Pearson Correlation	.620**	1	.661**	.604**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y2C	Pearson Correlation	.605**	.661**	1	.477**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y2D	Pearson Correlation	.540**	.604**	.477**	1	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total_Y2	Pearson Correlation	.832**	.860**	.826**	.800**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### Reliabilitas Potensi Agrowisata

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.765	4

#### Reliabilitas Kondisi Lingkungan

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.823	4

### Reliabilitas Kepuasan Wisatawan

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.840	4

### Reliabilitas Loyalitas Wisatawan

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.846	4

Lampiran 5 : Gambar Wisata Agro Jollong

**Wisata Agro Jollong**





## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **DATA PRIBADI**

Nama : Liyal Ulya  
Tempat, Tanggal Lahir : Pati, 12 Juni 1998  
Agama : Islam  
Alamat : Ds. Ketanggan, RT.002/RW.002, Kec. Gembong, Kab.Pati  
No. Handphone : 0857 1396 0985  
Email : [liyalul98@gmail.com](mailto:liyalul98@gmail.com)

### **RIWAYAT PENDIDIKAN**

MI Tarbiyatus Sibyan	Tahun 2004-2010
MTs Tarbiyatus Sibyan	Tahun 2010-2013
SMA Islam Raudlatul Falah	Tahun 2013-2016